

# مجلة

مركز صالح كامل

# للاقتصاد الإسلامي

## جامعة الأزهر

السنة الرابعة - العدد الحادى عشر ١٤٢١ هجرية - ٢٠٠٠م

# مجـــلة

## مركز صالـــح كامـــل

# للاقتصاد الإسلامي

## جامعة الأزهر

السنة الرابعة - العدد الحادى عشر ١٤٢١ هجرية - ٢٠٠٠م

العدد الحادى عشر الفترة من

مايو- يونيو - يوليو - أغسطس ٢٠٠٠م

# مَجَلــــــة

## مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي

## بجامعة الأزهر

مجلة دورية علمية محكمة


**يصدرها**

مركز صالح عبد اللّه كامل

للاقتصاد الإسلامي بجامعة الأزهر

بسم الله الرحمن الرحيم

# تصدير

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله

بحمد الله وتوفيقه يتوالى إصدار الأعداد المنتظمة مـن مجلـة المركـز لتسهم مع غيرها من وسائل النشر الأخرى في نشر المعرفـة الاقتصـاديـة مـن منظور إسلامي، وتتنـوع الأبحـاث المنشـورة فيهـا بيـن سـائر فـروع المعرفـة الاقتصاديـة مـن اقتصـاد وإدارة ومحاسـبة، ويشـمل التنـوع نشـر بحـث باللغـة الانجليزية إلى جانب التنـوع فـي منـاطق البحـاثين ليشـمل بـاحثين مـن مصـر والبلاد العربية، كما تجمع المجلة بين البحـوث المحكمـة والمقـالات والاشـارة إلـى أنشـطة المركـز العلميـة وإذا كـان اسـتمرار المجلـة واسـتقرار سياســاتها وقبولها في المجتمع العلمى يمثل مؤشرات لنجاحها المتواصل، فإن سبب هـذا النجاح هو التوفيق من الله سبحانه وعونه عز وجل ثم السادة الباحثين والقراء الأعزاء، وهذا ما يلقى على إدارة المجلة مسئولية الإجادة والتحسين والتطوير للأفضل وهذا ما نعمل عليه وسيظهر بمشيئة الله في الأعداد القادمة.

وأسرة تحرير المجلة إذ تعتز بكتابها وقرائها فإنها توجه إليهم الدعـوة لاستمرار التعـاون بالاسـهام فـى المجلـة ونشـر التعريـف بهـا لـدى معــارفهم لاكتساب أعضاء جدد خدمة للإسلام والمسلمين. والله ولى التوفيق

**نسأل الله أن يوفق الجميع وهو حسبنا ونعم الوكيل**

**أ.د. محمد عبد الحليم عمر**

**مدير المركز**

**ورئيس تحرير المجلة**

# البحوث الرئيسية

# دور المنظمات الاجتماعية الأهلية في مجالات التنمية البشرية في مصر

## دراسة تطبيقية على مؤسسة المدينة المنورة الخيرية للبر والخدمات الاجتماعية

د. زينب صالح الأشوح(*)

**مقدمـة:**

تواجه مصر بعض التحديات الكبرى المستحدثة نتيجة للدخول في خضم العولمة والتحول إلى التخصيصية. ومن أخطر آثارها السلبية تلك التي يتأثر بها البشر بوجه عام ومحدودي الدخل على وجه أخص.

وعلى جانب آخر ارتفعت معدلات (تكاثر) المنظمات غير الحكومية في الآونة الأخيرة كوسيلة للإحلال التدريجي محل القطاع الحكومي والقيام بدوره في مجالات حياتية شتى منها التنمية البشرية.

**الهدف من الدراسة:**

نظرا للأهمية المتزايدة للمنظمات غير الحكومية وعملا ، وأملاً– تأتي هنا محاولة للتعرف على مدى تلك الأهمية في مقابلة بعض التحديات المعاصرة المرتبطة بعملية التنمية البشرية ومدى المساهمة في دفع عجلاتها قدما.

---

(*) أستاذ بكلية التجارة بنات جامعة الأزهر

## أهمية الدراسة:

يتم النظر إلى المنظمات الأهلية الان على أنها نوع من الترياق الاجتماعي الذي يمكن أن يساهم في حل بعض المشاكل المستحدثة التي تصيب أفراد المجتمع نتيجة سياسات الإصلاح والتحول المحتومة. والدراسة الحالية يقدم فيها تقييما علميا غير متحيز لدورها التنموي خاصة في مجال البشر بعيدا عن لغة الشعارات أو الوعود الزائفة التي قد تبدو في بعض التصريحات. حيث يؤمل من تلك الدراسة الجادة أن تؤتي بثمار مرشدة لجميع الأطراف المعنية لكيفية الاستفادة الفعلية من تلك المنظمات واستغلالها بأفضل طريقة ممكنة.

## منهج الدراسة:

حتى يتأتى لنا التعرف على صورة واقعية للمنظمات المذكورة يتم تقديم بعض الصور التطبيقية من خلال بيانات مطبوعة تصدرها بعض الجهات التطوعية (كنماذج وأمثلة للنشاط المستهدف) بالإضافة إلى استقطاب بيانات أخرى تكميلية من خلال إجراء مقابلات شخصية مع المسئولين في تلك الجهات بالإضافة إلى تطبيق الأسلوب العلمي للملاحظة والمشاهدة لسير النشاط المعنى ولقد تم اختيار مؤسسة المدينة المنورة للخير والبر والخدمات الاجتماعية كمثال تطبيقي محوري حيث أنها نشأت مع بداية تطبيق سياسات التحول والإصلاح الاقتصادي في مصر وتنامت في خط مواكب لها ولمزيد من الدقة تتم المتابعة على مرحلتين منفصلتين أولهما في مارس ١٩٩٦ ثم تختتم في مارس عام ٢٠٠٠ .

وبالتركيز على تجربة مؤسسة المدينة المنورة تتم محاولة التجربة من

حيث دورها التنموي في المجال البشرى ومقدرتها الفعلية على الاستمرارية في أداء دورها المستهدف بالاستعانة ببعض المؤشرات مثل التعرف على تلك المقدرة من خلال تتبع تطور صافى الإيرادات التي تمتلكها المؤسسة وتحديد الدور التنموي للمؤسسة من خلال التعرف على مدى مساهمتها في التشغيل المباشر وغير المباشر نتيجة تقديم خدماتها ودورها في مجال التدريب التحويلي ومدى كبر حجم المساعدات التي تقدمها المؤسسة وتنوع مجالات الانتفاع بها حيث أن ذلك يساعد في تقييم مدى فعالية المؤسسة في تخفيف من المعاناة الاقتصادية للفئات الحساسة.

**نطاق الدراسة:**

تتنوع أشكال وأصناف المنظمات الأهلية إلا أن الاهتمام يتركز على مصطلحي الجمعيات والمؤسسات كمترادفات تتعامل في ميدان عمل اجتماعي واحد و يشملها قانون تنظيمي واحد.

**محتويات الدراسة:**

تتم محاولة التوصل إلى الهدف المذكور من خلال فصل تعريفي للجمعيات و المؤسسات الأهلية ووضعها الراهن ثم يتم الانتقال إلى الدراسة التطبيقية في الفصل التالي، وفي الفصل الأخير تقدم صورة للدور التنموي لتلك المنظمات في مجال البشر وتختتم الدراسة بالخلاصة والمقترحات.

# الفصل الأول
# صورة تعريفية بالجمعيات والمؤسسات الأهلية في مصر

نشأت فكرة العمل الاجتماعي التطوعي الخاص في شكل تنظيمات سعي (الأهالي) إلى تكوينها بهدف المساهمة في معالجة المشكلات الاجتماعية التي قد تعجز الحكومة عن حلها بشكل منفرد و قد بدأت في شكلها المنظم في مصر بقيام الجمعية الخيرية اليونانية في الإسكندرية في عام ١٨٢١ ثم تتابعت الجمعيات ذات التخصصات و الاهتمامات الأخرى في الظهور والعمل حتى بلغ عددها ٦٥ جمعية قبل اشتعال ثورة ١٩١٩ التي قامت كنتيجة جزئية للعمل الإيجابي لتلك المنظمات .

## ١-١: المصطلحات الشائعة والتعريف الأساسي:

وفقا للقانون رقم ١٥٣ لسنة ١٩٩٩[١] فهناك خمسة مسميات للجهات المهتمة بالعمل الاجتماعي الأهلي هي الجمعية الأهلية، الجمعيات ذات النفع العام، المؤسسة الأهلية، الاتحاد النوعي، والاتحاد الإقليمي. والمفهوم العام الذي يمكن أن ينطبق إجمالا على الجهة الاجتماعية الأهلية هو ما تضمنته المادة (١) في القانون ١٥٣ لسنة ١٩٩٩ للجمعية الأهلية وهو (كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معنية أو غير معنية تتألف من أشخاص طبيعيين وأشخاص اعتبارية – أو منهما معا لا يقل عددهم في جميع الأحوال عن عشرة و ذلك لغرض غير الحصول على ربح مادي ) ووفقا للمادة (٥٥) من ذات القانون (تنشأ المؤسسة الأهلية بتخصيص مال لمدة معنية أو غير معنية

لتحقيق غرض غير الربح المادي) وتسري على المؤسسة كل أحكام القانون المنظمة للجمعيات المناظرة ما لم يصدر نص استثنائي.

**١-٢ بعض السمات المميزة للمنظمات الأهلية وأهم مجالات عملها:**

أصبح للعمل الاجتماعي الأهلي تواجده المنظم حتى أن ذلك استحث على قانون موجه لتنظيمه حيث بدء بالقانون رقم ٤٩ لعام ١٩٤٥ ثم تم تعديله بقانون رقم ٣٥٧ لسنة ١٩٥٢ لملائمة التغيرات المواكبة في تلك الفترة[٢]. وتلي ذلك سلسلة أخرى من القوانين المستجدة مع توسع كبير في المنظمات الأهلية و ذلك بالإضافة إلى تكوين ٥٤٠٠ لجنة زكاة في مساجد مصر في عام ١٩٩٠ لكي تعمل كوسيط بين الدولة والقطاع الأهلي[٤]. ويوضح الجدول رقم (١) التطور الكبير لعدد الجمعيات والمؤسسات في مصر حتى ١٩٩٦.

وكما يوضح الجدول أنه قد حدثت طفرة في عدد الجمعيات المعنية في عام ٩٦ مقارنة به في عام ٩٢ حيث تضاعف العدد تقريبا، كما يبدو الفارق الضخم في عددها في فترة الإنشاء (٦٥ فقط) عن عددها في منتصف التسعينات حيث بلغ ٢٥٠٠٠ جمعية.

## جدول (١)

## تطور عدد الجمعيات والمؤسسات الأهلية في مصر

| الفترة العام | قبل عام ١٩٠٠ | ١٩-٢٤ | ٢٥-٤٤ | ٤٩-٥٤ | ١٩٦٠ | ١٩٦٤ | ١٩٧٦ | ١٩٧٧ | ١٩٧٨ | ١٩٨٥ | ١٩٨٦ | ١٩٨٧ | ١٩٩٠ | ١٩٩٢ | ١٩٩٦ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العدد | ٦٥ | ١٩٥ | ٦٣٣ | ٥٠٨ | ٣١٩٨ | ٤٠٠٠ | ٧٥٩٣ | ٧٦٣٧ | ٨٤٠٢ | ١١٤٧١ | ١١٧٧٦ | ١٢٠١٣ | ١٢٨٣٢ | ١٣٢٣٩ | ٢٥٠٠٠ |

المصدر : حتى عام ١٩٩٢: د/ أماني قنديل، ٩٤ ص ٥٦ - ٦١

عام ١٩٩٦ : د/ إبراهيم سعد الدين، ٩٧ ، ص ٨٩ .

والواقع أن أهم ما تتسم به المنظمات الأهلية أنها تنتمي إلى القطاع الثالث(٥) وتقوم فلسفة العمل بها على الاعتماد على الموارد الخاصة أولا ثم تنميتها بعد البدء في ممارسة أنشطتها عن طريق الاشتراكات والتبرعات والهبات (من الأعضاء وغيرهم) مع عمل بعض المشروعات البسيطة وتكوين أرصدة بالمؤسسات المالية لإمكانية الاستمرارية في المقدرة على التمويل الذاتي ولا يجوز قانونا للجمعية أو المؤسسة الأهلية العمل في أكثر من ميدان عمل(٦). وتتمثل أهم مجالات أنشطتها في:

١-الخدمات الدينية والعلمية والثقافية. ٢- رعاية الأسرة
٣- رعاية الطفولة والأمومة ٤- رعاية الشيخوخة
٥- رعاية الفئات ذات الظروف الخاصة ٦- رعاية المسجونين
٧- تنظيم الأسرة ٨- تنمية المجتمعات المحلية
٩- الإدارة والتنظيم ١٠- النشاط الأدبي
١١- الدفاع الاجتماعي ١٢- المساعدات الاجتماعية
١٣- الصداقة بين شعب مصر والشعوب الصديقة ١٤- حماية المستهلك

وتشجيعا للعمل الاجتماعي الأهلي، تمنح المنظمات القائمة عليه بعض الامتيازات مثل الإعفاءات الجمركية والضريبية ومنحها تخفيضات متفاوتة في أسعار الخدمات العامة من استهلاك كهرباء ومياه وتليفون ونقل... الخ(٧).

وبوجه عام فالتنظيمات المذكورة تقع تحت إشراف ورقابة وزارة الشئون الاجتماعية وعادة ما تحصل منها على دعم مؤقت حتى تستطيع الاستقلال بمواردها الذاتية(٨). ومن أهم الإنجازات التنموية التي يمكن أن تساهم المنظمات المذكورة في تحقيقها في مجال الاهتمام بتحسين أوضاع

البشر هو ما أشارت إليه إحدى الدراسات[٩] من مساهمة في خلق كوادر فنية جديدة والمساهمة في خلق مجالات عمل للعاطلين من خلال الأنشطة التي يستوجب عليها ممارستها لتوفير موارد تمويلية ذاتية.

والواقع أننا نرى أن تلك المنظمات بمثابة (وسيط) بين الجهات الحكومية والفئات المستفيدة من ناحية وبين المتبرعين من ناحية أخرى ويمكن أن تمثل من وجهه نظرنا (سوقا للتطوع) يتكون أحد طرفيه من عارضي المساعدات بمختلف أشكالها ويقع على الطرف المقابل الجهات المستفيدة من طالبي تلك المساعدات.

# الفصل الثاني
# بعض التجارب التطبيقية
# في مجال العمل الاجتماعي الخاص مع التركيز على
# مؤسسة المدينة المنورة الخيرية للبر والخدمات الاجتماعية

بالانتقال إلى الواقع العلمي للمنظمات المعنية وما تمارسه من أنشطة وتقدمه من أدوار في مجال التنمية البشرية نقدم أولا صورة تطبيقية مختصرة لبعض مجالات التنمية البشرية التي تتم من خلال المنظمات المذكورة مع توضيح مثال لمنظمة داخل كل مجال –ثم تنتهي بتقديم صورة تفصيلية عن المؤسسة التي وقع عليها الاختيار لتكون بمثابة دراسة حالة أكثر استفاضة وتحليلا.

**٢-١ رعاية الموهوبين: دار المصطفى لرعاية الموهوبين**

يتزايد الاهتمام مؤخرا باستثمار القدرات الإبداعية وتنميتها كعنصر دافع لعجلة التنمية البشرية. ومن أبرز صور الاهتمام المحلي لذلك الموضوع عقد مؤتمر رعاية الموهوبين بالقاهرة مؤخرا والأخذ بتوصياته كقرارات ملزمة وتعتبر (دار المصطفى لرعاية الموهوبين) من المؤسسات الذكية التي فطنت إلى تلك الأهمية منذ زمن بعيد في السبعينات مما يدفعنا إلى إلقاء الضوء على وضعها و ما تقوم به من أدوار.

**نشأه الجمعية:**

بدأ نشاطها في السبعينات على أرض تبلغ مساحتها ١٥,١٢٠ مترا في مدينة العاشر من رمضان وذلك بحصر الطلبة والطالبات في جميع المراحل

ممن يفتقدون وسائل معيشية دافعة للنجاح والتفوق مثل الآلات الكاتبة والنظارات الطبية والأدوية.

**الأهداف الرئيسية:**

تقوم الجمعية على فلسفة رئيسية ترى أن "الإحساس المسئول بالإنسان الذي كرمه اللَّه هو مفتاح التقدم" ومن هنا فهي تسعى لتحقيق أهداف ثلاثة هي:

١-رعاية الموهوبين متواضعي الحالة الاجتماعية وكذلك من بين القادرين .

٢-التكافل البناء في الأمة الإسلامية عملا بقول الرسول ﷺ : "المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا" .

٣-الارتفاع بمستوى أداء العمل بالجمعية إلى مقام القدوة أملا في تكرار التجربة في أماكن أخرى في مصر والبلاد الإسلامية.

**أهم الأنشطة:**

تتحرك آلية عمل الجمعية من خلال رعاية المواهب العقلية والفنية والميكانيكية والقيادية.

١- <u>المواهب العقلية</u> : وتتمثل في ارتفاع نسبة الذكاء العام وتقدم الجمعية وسائل رعاية عديدة ومتنوعة للخدمة في ذلك المجال منها إنشاء مكتبة علمية شاملة وقاعات متعددة الأغراض للكمبيوتر والاجتماعات والقراءة المنفردة ...الخ بالإضافة إلى بعض الخدمات الأخرى المتعلقة بالتصوير والتجليد والأمن..... الخ .

٢- <u>المواهب الفنية</u> : وتتعلق بمجالات الفنون والرياضة ويتم احتضان

الموهبين فيها من خلال قاعات ثلاثة متخصصة في تعليم فنون الزخرفة والرسم وتعليم القرآن ... الخ.

٣- المواهب الميكانيكية : وترتبط بالابتكار والاختراع ويتم تنمية المواهب فيها من خلال ستة ورش متخصصة ومنفصلة.

٤- المواهب القيادية : وتنطوي على قدرات خاصة بالزعامة وبالتأثير على الجماعة وتحتضن المواهب المذكورة من خلال عديد من الأنشطة مثل المخيمات والمحاضرات والرياضات الموجهة.

**مصادر التمويل:**

تعتمد الجمعية على أربعة مصادر رئيسية للتمويل نوجزها فيما يلي:

١-التبرعات المالية والعينية في شكل متنوع من خبرة وأجهزة وغيرها.

٢- رسوم من الطلاب المستفيدين القادرين اقتصاديا

٣- إيرادات من خدمات إضافية ومبيعات لمنتجات الطلاب الأعضاء.

٤- إعداد معسكرات صيفية وأخرى في الأجازات والأعياد مقابل رسوم مع الاستعانة ببعض الفنادق المتبرعة.

**٢-٢ رعاية المعاقين ذهنيا: جمعية الحق في الحياة للمعوقين ذهنيا**

من أخطر المشاكل التي تعرقل الحياة الطبيعية للأسرة والمجتمع وجود أفراد بينهم يعانون من انحرافات ذهنية. ومن هنا بزغت (جمعية الحق في الحياة للمعوقين ذهنيا) إلى النور لمساعدة المصابين على العيش الكريم في

الحياة بقدر الإمكان والتخفيف من حدة الآثار السلبية لمشاكلهم عليهم وعلى الأسرة والمجتمع.

**نشأة الجمعية :**

نشأت في عام ١٩٨١ على يد مجموعة من أهالي المعوقين ذهنيا المقيمين بحي مصر الجديدة بالقاهرة و ذلك على أرض مدرسة راهبات الدليفراند .

**الأهداف الرئيسية :**

هناك هدف جوهري للجمعية وهو ضمان حق المعاقين ذهنيا في العيش بشكل سوى ومنحهم حق التعليم والعمل والتمتع بالحياة بقدر الإمكان .

**أهم الأنشطة:**

مع نجاح التجربة اتسع نشاط الجمعية وانتقل من مكانه المحدود بمدرسة راهبات الدليفراند إلى مبنى مستقل في عام ١٩٨٧ ليشمل خدمات متعددة تتمثل في حضانة لصغار المعاقين ذهنيا ومدرسة لكبارهم وحضانة لأبناء العاملين بالجمعية لإتاحة فرصة تفرغهم لرعاية الحالات المستفيدة بالإضافة إلى إنشاء مركز دراسات التربية الخاصة لتفريخ الخبرات المطلوبة لرعاية تلك الفئات الحساسة وتعميم نشرها على المستوى المحلي والعربي- وورش تأهيلية وأخرى إنتاجية لتدريب المعاقين على بعض الحرف التكسبية.

**مصادر التمويل:**

يمكن تصنيف مصادر ووسائل استقطاب الموارد التمويلية للجمعية فيما يلي:

١-سوق خيري في مارس من كل عام وحفل خيري في نوفمبر من كل عام.

٢- توزيع كتيبات إعلانية لزيادة الوعي بأنشطة الجمعية والحث على التبرعات.

٣- مصروفات مدرسية كاملة من القادرين.

٤- مصروفات رمزية من غير القادرين (مع إعفاء تام لبعضهم في حالات التمكن من ذلك)

٥- أنشطة تسويقية لمنتجات الشباب.

٦- رسوم عن الالتحاق بدار الإقامة والاستفادة بخدمات إضافية تتعلق بمجال عمل الجمعية.

٧- كل هذا بالإضافة إلى البند الرئيسي لتمويل الجمعية شأنها شأن مثيلاتها وهو التبرعات.

### ٢-٣ رعاية الأيتام: جمعية كفالة اليتيم والتنمية

يؤدي غياب عائل الأسرة إلى تحطيم الكيان الذاتي والمعنوي لأفراد الأسرة خاصة لصغارها الذين قد يفتقدون من يرعاهم لضيق ذات يد الأم أو لزوجها في كثير من الأحوال. وهؤلاء اليتامى هم أصلا أحد عناصر الإنتاج المستقبلية التي يمكن أن تهدر في حالة سوء إعدادها بشكل سليم منذ الصغر وذلك ما يفسر تزايد اهتمام المنظمات الأهلية برعاية تلك الفئة الهامة. ومنها جاءت جمعية (كفالة اليتيم والتنمية).

### نشأة الجمعية:

بدأ نشاط الجمعية في عام ١٩٨٩ وذلك بمساعدة الأيتام والأرامل في

محافظة دمياط من خلال إقامتها المؤقتة في مكان تابع لمديرية الشئون الاجتماعية ثم تم الانتقال إلى مبنى مستقل في عام ١٩٩٦.

**الأهداف الرئيسية:**

تدور أنشطة الجمعية في إطار ثلاثة مجموعات من الأهداف هي:

١-توفير جو اسري للأيتام و تقديم مساعدات متنوعة لهم وللأرامل أيضا (مثل مساعدات دراسة وزواج وعلاج).

٢-إقامة مشروعات إنتاجية لتشغيل الفئات المستهدفة وتقديم قروضا حسنة عند اللزوم.

٣-التأهيل والتدريب المهني لتفريغ الخبرات والمهارات بين اليتامى والأرامل.

**أهم الأنشطة:**

كما أوضحنا من قبل فإن الجمعية تهتم بتقديم المساعدات المتنوعة للأيتام ولأسرهم بهدف التوصل إلى أسرة قوية منتجة وقد أوضحت أن ثمار نشاط متوسط العام فيها تتمثل في رعاية ١٧ أسرة بتمويل ٢٠٤٠٠جنيه كما تقدم مساعدات دائمة (كفالة دائمة) بلغت في عام ٩٥ زهاء ٨٤٢٦٥ جنيه ولكن قيمة تلك المساعدات انخفضت إلى ٥٣٨٩٠ جنيه في العام التالي. كما قدمت الجمعية مساعدات مؤقتة بلغت ٧٦٨١٥ جنيه عام ٩٥ ثم انخفضت إلى ٣٨٩١٠ جنيه في العام التالي وكذلك قدمت مساعدات زواج قيمتها ١٩٣٦٥٥ جنيه في عام ٩٥ ولكنها انخفضت إلى ١٤٧٦٤ جنيه فقط في العام التالي ويبدو من تلك الأرقام أن هناك انحسار واضح في قيمة الموارد العينية من مأكل وملبس وعلاج ...الخ حيث ارتفعت قيمتها المطلقة في عام ٩٥ إلى

١٧٠٢٠,٢٥ جنيه ثم قفزت إلى ١٩٧٦٧,٤٥٤ جنيه في عام ١٩٩٦.

وبسؤال المسئولين بالجمعية عن سبب الانحسار العام للمساعدات المقدمة إلى الفئات المستهدفة في عام ٩٦ عنه في العام السابق اتضح أن ذلك يرجع إلى تخصيص جزء من موارد الجمعية بالإضافة إلى التبرعات المقدمة – للتوسع في خدمات وأنشطة أخرى توجه لتلك الفئات و تتمثل في إنشاء مركز تدريب وتشغيل تريكو وخياطة ومشروع صناعة أكياس بلاستك ومركز تعليمي كمبيوتر ومركز تحفيظ القرآن الكريم ومحو الأمية ونادي ثقافي اجتماعي ترفيهي بالإضافة إلى الحصول على فدانين من محافظة دمياط بشطا وذلك لاستغلالها في إقامة مشروعات إنتاجية لليتامى.

**مصادر التمويل:**

تعتمد الجمعية على مصدرين رئيسين للتمويل يتمثل أهمهما في التبرعات المادية والعينية (من زكاة وصدقات وهبات) وتتميز ثانيهما بأنه الأكثر ثباتا واستمرارية نسبيا ويتكون من اشتراكات الأعضاء –وجدير بالملاحظة أن أعضاء الجمعية يربو حاليا على ثلاثة آلاف عضو باشتراك سنوي ٦ جنيهات فقط– هذا وهناك مصدرا ثالث للتمويل يصدر في شكل مساهمات المحافظة والشئون الاجتماعية.

**٢-٤ الوعي الإسلامي والتكامل الاجتماعي: الجمعية الشرعية للعاملين بالكتاب والسنة المحمدية:**

ما من شك في أن الأمية "الدينية" تمثل شكلا خطيرا من المشكلة الأم(١٠)، ومن المؤسسات الشهيرة التي تبنت قضية محو الأمية الدينية الجمعية الشرعية للعاملين بالكتاب والسنة المحمدية.

**نشأة الجمعية:**

تم تأسيس الجمعية في غرة محرم عام ١٣٣١هـ على يد الإمام محمد خطاب السبكي وكان ذلك بشارع الجلاء بالقاهرة ثم توارث الأبناء مهمة إدارة الجمعية التي أصبح لها فروعا متعددة الأماكن والأغراض مع الحرص على تجنب الأمور السياسية.

**الأهداف الرئيسية:**

تعتبر الجمعية الشرعية من المؤسسات التطوعية الدينية ومن ثم فقد قامت لتحقيق أهداف دينية تعليمية وتطبيقية تتمثل في هدف إجمالي هو التوعية الإسلامية والتكامل الاجتماعي في جميع أشكاله مثل تقديم خدمات دينية وثقافية واجتماعية وطبية. وببعض التفصيل فإن من أهداف الجمعية نشر التعاليم الدينية الصحيحة الخالية من البدع والخرافات وتحفيظ القران الكريم والعمل على انتشاره وتعمير المساجد ومحو الأمية وتكوين لجان الزكاة وتيسير رحلات الحج والعمرة ورعاية الأسر والطفولة.

**أهم الأنشطة:**

بداءة يحق للجمعيات المركزية فقط أن تباشر نشاطها خارج نطاق المحافظة التي بها المقر الرئيسي لها عن طريق إنشاء فروع لها وانتشارها وكما ذكر عاليه فقد اتسع نشاط الجمعية وتم تكوين فروع متعددة لها بهدف تحقيق أحد أو كل الأهداف المدرجة للجمعية ومن أهمها التوعية الدينية كمحاولة للقضاء على الأمية الدينية بالإضافة إلى تقديم المساعدات الاجتماعية للمحتاجين من الأفراد والأسر ودفن الموتى المسلمين والفقراء وتيسير رحلات الحج والعمرة الخ .ومن فروعها النشطة

(الهدى الإسلامي) بمدينة نصر حيث يضم ذلك الفرع جامعا لمحو الأمية الدينية والهجائية ومستشفى علاجية شاملة ودار لكفالة الأيتام.

وفي زيارة ميدانية لدار كفالة اليتيم التابعة لذلك الفرع لوحظ أن الأيتام الذين تقوم الدار برعايتهم يتمتعون بمستوى معيشي مرتفع لا يتوافر لدى الكثير من الأسر المتوسطة كما انهم يدرسون في أرقى مدارس مدينة نصر بالمجان ويقوم المستشفى التابع للجمعية برعايتهم الصحية الشاملة مجانا ويقوم على خدمتهم ورعايتهم عدد من العاملات بأجر حيث يتم تنظيف مكان إقامتهم وإعداد طعام يومي فاخر لهم بالإضافة إلى وجود مشرفة عامة متخصصة في متابعة أحوالهم والتأكد من نظافتهم والتقرب منهم لإزالة الحواجز النفسية التي تكونت لديهم نتيجة لظروفهم الخاصة كما أن تلك المشرفة كانت بالغة المهارة في اجتذاب المتطوعين ليس فقط للتبرع بأموالهم وبمساعداتهم العينية للدار ولكنها أيضا كانت تدعوهم وتحثهم على التقرب من الأيتام المقيمين بالدار وتبادل الحوارات والجلسات الودية معهم بحيث يشعرون بانتمائهم إلى المجتمع ككل وتخفف لديهم حدة الشعور بالحرمان من الدفء الأسرى والأمان الاقتصادي.

ومن أهم ما لوحظ أثناء الزيارات المتكررة للدار هو أن المقيمين من الأيتام أحيانا ما يوجد بينهم عدد من الاخوة الذين جاءوا من أسرة واحدة لترعاهم الدار أما نتيجة لوفاة الأم أيضا أو لعدم قدرة منيعولهم على تحمل نفقاتهم المختلفة وكان من بين الصور المؤثرة أربعة أطفال أشقاء مات أبوهم غرقا ثم قتلت أمهم بواسطة خالهم لسوء السلوك فأصبحوا فجأة بلا عائل وافتقدوا أيضا حب وترحاب أفراد الأسرة لهم كما كانت هناك طفلة لا تتعدى الأعوام الثلاث عذبتها أمها واستخدمتها للتسول ثم بلغت بها القسوة أن تلقيها

على قارعة الطريق عندما ظنت أنها ماتت من كثرة التعذيب فعثر عليها أحد المارة ولم يجد حلا لتلك المشكلة سوى إيداعها بين الأيدي الرحمة بالدار المذكورة . ولقد أوضحت الزيارات المتكررة للدار أن هناك عددا كبيرا من المتطوعين يتسابق في محاولة إسعاد نزلاء الدار حتى أن بعضهم ينظم لهم رحلات رائعة بشكل دوري أو موسمي كما أن أجهزة الإعلام تتردد عليهم للاحتفال بهم ولتوعية المجتمع بقضاياهم المختلفة أما المشرفة فإلى جانب مهمتها الأصلية التي تتمثل في متابعة أحوال ضيوف الدار فقد كانت دائمة السعي للربط بين نزلاء الدار وبين المقيمين من العالم الخارجي.

**مصادر التمويل:**

تعتمد الجمعية في تمويل أنشطتها وتقديم خدماتها على مصادر متعددة من أهمها اشتراكات الأعضاء، التبرعات، الهبات، الوفيات، إيرادات أملاك الجمعية، الإعانات الحكومية إلى جانب بعض الموارد الأخرى التي يقرها مجلس الإدارة كأشكال استثنائية أو متجددة مثل إقامة الحفلات الخيرية وعادة ما يتم تحصيل التبرعات بمقتضى قوائم بأرقام مسلسلة يوقع عليها من المحصل بالكربون ويتم بخاتم الجمعية لتوفير عنصر الثقة لدى المتبرع.

هذا ولا يجوز التصرف في مال الجمعية إلا بقرار من مجلس الإدارة عدا المصروفات الشهرية فيتم صرفها بإذن من رئيس الدار مباشرة ولقد أوضح المسئول أن متوسط الإنفاق الشهري غير ثابت فهو يتوقف بصفة أساسية على المعونات خاصة العينية التي ترد إلى الدار. وباستخدام بعض التبرعات العينية مثل أجهزة كمبيوتر وفيديو تم إنشاء مركز (تكوين مهني) لإعداد الشخص المنتج و وتوجيهه إلى استثمار وقته في تعليم مهنة تفيده في حياته المعيشية.

## ٢-٥ رعاية الأسر المصرية: مؤسسة المدينة المنورة الخيرية للبر والخدمات الاجتماعية:

طالما أن الأسرة تشكل النواة الأولى للمجتمع فإن النهوض به لابد أن يبدأ بتحسين أحوال الأسر المكونة له و رفع مستوياتها المعيشية أولا مع مساعدة المتعثر منها أو من أفرادها على تصحيح الوضع والمسار نحو الطريق المعيشي السليم. وفي الآونة الأخيرة زادت حالات الاقالات والإحالة إلى المعاش المبكر نتيجة للتخصيصية بالإضافة إلى التكدس المتنامي لطالبي العمل من الخريجين والحرفيين والعائدين من الخارج مما كان له آثار اقتصادية سيئة بدرجات متفاوتة على عدد متنام من الأسر المصرية ويزيد الأمر سوءا تزايد أعداد اليتامى ومجهولي النسب الذين يفتقدون رعاية رب الأسرة أو أحضان الأسرة الطبيعية الدافئة.

ولقد أصبحت مثل تلك المواضيع وملحقاتها مثار اهتمام العديد من أهل الخير وتم ترجمة ذلك الاهتمام بتشكيل جمعيات ومؤسسات خيرية لرعاية الأسرة ومساعدتها في حل قضاياها من بين تلك المنظمات الناجحة (مؤسسة المدينة المنورة الخيرية للبر والخدمات الاجتماعية). ولقد أبدى المسئولون بتلك الجمعية تعاونا كبيرا في إمداد المؤلفة بالبيانات الرقمية الموضحة لكيان الجمعية ولأنشطتها بل لقد لمست المؤلفة توافر عنصر (الشفافية) في آلية إدارة وممارسة الأنشطة والخدمات المستهدفة وأيضا في توضيح الموقف المالي لها بدقة حتى أنها تصدر كتيبا سنويا يقدم تقريرا عن المؤسسة وسير أمورها وهذا الكتيب متاحا لمن يطلبه كوسيلة تعريفية بها وكوسيلة لزيادة عنصر الثقة لدى الراغبين في التطوع والتبرع والمشاركة في رسالتها النبيلة.

**نشأة المؤسسة:**

تم تسجيل المؤسسة المذكورة بوزارة الشئون الاجتماعية تحت رقم ٢٢٠ لعام ١٩٩٢ بمدينة نصر حيث اشترك في تأسيسها أربع وعشرون فاعل خير من رجال الأعمال وأساتذة الجامعات والأطباء والمهندسين وأصحاب بعض المهن المرموقة الأخرى وكلهم مصريين حيث يعقد مجلس الإدارة اجتماعا دوريا كل ثلاثة أسابيع لبحث شئون المؤسسة ومتابعة طلبات العضوية والتبرعات المتجددة والمتدفقة. ولقد زاد أعضاء الجمعية العمومية للمؤسسة من ٧٦ عضوا في عام التأسيس (١٩٩٢) إلى ٩٧ عضوا في العام التالي (بزيادة ٢٣ عضوا) ثم ١١٧ عضوا (بزيادة ٢٠ عضوا) في عام ١٩٩٤. وبلغ عدد الأعضاء ١٢٩ عضوا في عام ٩٥ بزيادة ١٢ عضوا فقط ثم حدثت زيادة متقاربة (١٣عضوا) في العام التالي وفي عام ٩٧ زاد الأعضاء إلى ١٦٧ (بزيادة كبيرة نسبيا بلغت ٣١ عضوا) ولم تتوافر بيانات في عام ١٩٩٨ لكن الأعضاء بلغوا ١٥٨ في عام ١٩٩٩ كما صرح المسئول بالمؤسسة مما يوضح انسحاب بعض الأعضاء في خلال العامين الأخيرين. وتركز المؤسسة جهودها لاستكمال مشروع العاشر من رمضان ليكون المقر الرئيسي لها ولأنشطتها المتنامية بينما تقوم حتى مارس عام ٢٠٠٠ برعاية عدد محدد من الحالات داخل شقتين متجاورتين في منطقة مدينة نصر إحداها تخصص للإدارة والأخرى مخصصة لتسع أطفال وثلاث أمهات بديلات يقيمن برعايتهن!!

**الأهداف الرئيسية:**

تمثل رعاية الأسر المصرية الركيزة الأساسية لقيام المؤسسة المعنية التي ينبثق عنها عدة أهداف متفرعة تبغي المؤسسة تحقيقها وهي:

١-التنمية البشرية ورعاية الطاقات التي تفتقد إلى عنصر الكفاية الاقتصادية ومن أشكال تحقيق ذلك الهدف تقديم المعونات المادية والمعنوية للنابهين من الشباب ومساعدة الأسر الفقيرة ورعاية الأرامل والأيتام وتقديم خدمات صحية مجانية أو زهيدة المقابل من خلال مستوطنات متخصصة وكذا تهدف المؤسسة لرعاية أصحاب الظروف الخاصة وكبار السن والحرفيين.

٢-المساهمة في انتشار المزيد من المؤسسات الاجتماعية الخيرية.

٣-تكوين مجموعات عمل من الباحثين وأهل الخير لرعاية الفئات الحساسة من الناحية النفسية والاجتماعية.

٤-إنشاء ودعم المجمعات الخيرية التي تحتوى على كافة الخدمات الدينية.

٥-دفن الموتى من فقراء المسلمين.

**أهم الأنشطة:**

توضح البيانات والأرقام ما للمؤسسة من أنشطة واسعة متنوعة وناجحة ويتأكد ذلك من الصورة الموضحة بالجدول التالي:

## جدول (٢)

### تطور الإعانات والمساعدات المقدمة من مؤسسة المدينة المنورة الخيرية منذ إنشائها

| ان | ١٩٩٢ | ١٩٩٣ | ١٩٩٤ | ١٩٩٥ | ١٩٩٦ | ١٩٩٧ | ١٩٩٨ | ١٩٩٩ | إجمالي |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| رعاية الأيتام | ٤٦٩٥٠ | ٤٩٦٢٥ | ٥٣٣٤٦ | ٤٨٢٠٩ | ٣٩٠٦٩ | ٣٣٠١٧ | ٢٨١٨٣ | ٣٤٢٣٠ | ٣٣٣٦٢٩ |
| مساعدات شهرية للفقراء | ٢٤٦٠٠ | ٥٣٦٩٠ | ٥٦٥٠٥ | ٥٧٢٠٠ | ٢٧٤٩٥ | ٦١١٧٧ | ٥١١٩٠ | ٦٣٤٠٠ | ٤٢٥٢٥٧ |
| عانات كوارث لمناطق إسلامية | | | | | | | | | |
| (البوسنة والهرسك) | ٣٣١٤٣ | – | ٦١٥٠٠ | ٤٨٠٠٠ | – | – | – | – | ١٦١٦٤٣ |
| ترميم وبناء مساجد | ٤٥٤٢ | ٣٣١٥٠ | ٦٢٩٠ | ١٣٧٣ | – | – | – | – | ٤٤٣٥٥ |
| إعانات لمرة واحدة | | | | | | | | | |
| للمحتاجين | ١٠٣١٠ | ١٠٥٤٧ | ٩٧٩٩ | ١٣٩٤٥ | ١١٣٢٠ | ١٧٩٨٩ | ٩٨٣٠ | ١٧٣٣٧٠ | ١٠١١١٠ |
| إعانات للطلاب | ١٨٢٠ | ١٨٦٢٦ | ١٨٨٥ | ٩٠٣٦ | ١٠٨٥ | ٢٢٨٠ | ٣٠٥٠ | ٢٨٨٥ | ٤١٦٦٧ |
| مساعدات عينية | ٥٩٩٨ | ١٢٩٧٢ | ٦٩٧٨ | ١٨٦٧٠ | ١٤٠٠ | ١١٩٠ | ٢٤٠١ | ٤٥٩٦ | ٥٤٢٠٥ |
| إطعام فقراء | ٢٠٠٠ | ١٠٠٠٠ | – | – | ٣٠٠٠ | – | – | – | ١٥٠٠٠ |
| إعانات شيخوخة | ٢٩١٥ | ٣٥٩٠ | ٣٧٧٥ | ٥٣٤٥ | ٦٩٩٠ | ٥٥٨٥ | ٥٩٤٠ | – | ٣٤١٤٠ |
| عمليات جراحية | ٤٥٤٦ | ٣٠٠ | – | – | – | – | – | – | ٤٨٤٦ |
| عانات للمرضى وأجهزة تعويضية | ١٩٢٥ | ١٧٦٠ | – | ١٥٦٠ | ١٦٢٣ | – | ١٤٦٠ | – | ٨٣٢٨ |
| إعانات تحفيظ قرآن | – | ١٢٠٠ | ١٢٠٠ | ٥٤٥٠ | ٢٨٠٠ | ٢٨٠٠ | ١٢٠٠ | ١٢٠٠ | ١٥٨٥٠ |
| إعانات زواج | – | – | – | – | ٢٠٠٠ | – | – | – | ٢٠٠٠ |
| أدوية وعلاج | ١٠١٣ | – | – | – | – | – | – | – | ١٠١٣ |
| إعانات لعابري السبيل | – | – | – | ٩١٧٨ | ١٢٠٠ | – | – | – | ١٠٣٧٨ |
| إعانات لمتضرري الحريق | – | – | – | ١٥٠٠ | – | – | – | – | ١٥٠٠ |
| دفاتر توفير للأيتام | – | – | – | – | – | ١١٧٠ | ١١٠٧ | ٤٥٧٧٠ | ٥٧٩٤٧ |
| الإجمالي | ١٣٨٧٦٢ | ١٩٤٤٦٠ | ٢٠١٢٧٨ | ٢١٩٤٦٦ | ١٢٧٩٨٢ | ١٢٥٢٠٨ | ١١٤٢٦١ | ١٩٠٤٥١ | ١٣١١٨٦٨ |

* لأقرب جنيه صحيح .

المصدر: التقارير السنوية لمؤسسة المدينة المنورة الخيرية للبر و الخدمات الاجتماعية منذ عام١٩٩٢.

بإلقاء نظرة شاملة على الجدول السابق نلاحظ أن هناك بنودا تتفق عليها المؤسسة بانتظام منذ تاريخ إنشائها حتى عام ١٩٩٩ ووجد أنها تتعلق برعاية الأيتام والمساعدات الشهرية للفقراء والإعانات التي تمنح مرة واحدة للأحوال العارضة، وإعانات الطلاب، والمساعدات العينية –وعلى الجهة

المقابلة نجد بنودا مرة أو مرتين طيلة فترة نشاط الجمعية مما يعني أنها بنودا مستثناة وتقوم الجمعية بالإنفاق عليها بشكل عارض مثل الحال في إعانات الزواج حيث قدمت الجمعية ألفين جنيه لحالة واحدة فقط عام ١٩٩٦ فقط- وكذا تم صرف أدوية وعلاج لعدد ستة من المرضي بما قيمته ١٠١٣ جنيه مصري وكان ذلك في خلال العام الأول من إنشاء الجمعية ثم غاب ذلك البند من أنشطة ومساعدات المؤسسة ويبدو أن متضرري الحريق الذين حصلوا علي إعانات في عام ١٩٩٥ جاءوا للمؤسسة كنتيجة لحادث عارض. وقد تأكد لنا ذلك بالرجوع إلى تفاصيل بيانات المؤسسة حيث اتضح أنها أعطيت لمواطن واحد. أما عابري السبيل فكانوا حالة من ليبريا حصلت علي إجمالي إعانة قدرها ٩١٧٨ جنيه مصري وحالة أخرى من أفريقيا في العام التالي ولكن بنصيب أقل كثيرا حيث بلغ ١٢٠٠ جنيه فقط.

ويتضح من بند إعانات كوارث لمناطق المسلمين أن المؤسسة تتابع أحوال المسلمين في مناطق الكوارث وتسارع بتقديم المعونات إليهم -في حدود مواردها الوليدة- وقد بدأت بتقديم إعانات للمسلمين في البوسنة والهرسك في أول عام لإنشائها وقد استحوذ هؤلاء المسلمون بالبوسنة والهرسك علي غالبية مساعدات المؤسسة المتعلقة بالبند المذكور.

ومن الملاحظات الأخرى الجديرة بالذكر أن هناك بنودا للمساعدات بدأ تقديمها بحماس في السنوات الأولى من نشاط المؤسسة ثم اختفت في السنوات الأخيرة مثل إطعام الفقراء والعمليات الجراحية وترميم وبناء المساجد - وعلي عكس هذا الاتجاه فقد ظهر بند جديد في السنوات الثلاث الأخيرة يتمثل في دفاتر توفير للأيتام حيث يمثل ذلك تطور إيجابيا في أنشطة المؤسسة تجاه تلك الفئة الحساسة وبوجه عام توضح أرقام الجدول أن الأيتام يستأثرون

بنصيب الأسد من اهتمام المؤسسة ومساعداتها حيث يمثل بندي رعاية الأيتام ودفاتر توفير الأيتام ٢٩,٨٪ من إجمالي معونات المؤسسة المقدمة إلى الجهات المحتاجة.

وبالرجوع إلى تقرير المؤسسة للتعرف علي مزيد من التفاصيل عن الإعانات المقدمة، لوحظ أن إعانات إطعام الفقراء كانت تقدم لموائد الرحمن في شهر رمضان فقط – ولقد قدمت إعانات عمليات جراحية إلى ٩ مرضى في بداية عمل المؤسسة ثم إلى مريض واحد في العام التالي فقط أما إعانات المرض والأجهزة التعويضية فقد قامت بتغطية أعداد أكبر من خلال برنامج مصر بخير لمرضي الفشل الكلوي ومستشفي جمعية سبل السلام الإسلامية الخيرية والمركز الإسلامي المتكامل بمحافظة الشرقية –وغيرها من المؤسسات الصحية الخيرية– وتركزت إعانات كبار السن في أعداد متزايدة (بدأت بـ ٢٢٢ حالة في عام ٩٢) بوحدة طب المسنين بجامعة عين شمس. هذا وقد قدمت المؤسسة إعانات لمرة واحدة للمحتاجين سواء كانوا أفرادا (٤١١ حالة في عام ٩٢ ، ارتفع إلى ٥٩٨ حالة في العام التالي ثم بلغ ٤٦١ حالة في عام ٩٣ .. الخ) وكذلك فقد قدمت تلك الإعانات لمؤسسات خيرية أخرى مثل جماعة أنصار السنة المحمدية وجمعية دار الفرقان بدار السلام..الخ.

وعلي وجه الإجمال، فقد أوضحت التقارير السنوية للمؤسسة جديتها في تقديم العديد من الخدمات التطوعية واتباعها لخطط طموحة يتمتع بثمارها من تقوم المؤسسة برعايتهم بشكل مباشر، وأيضا المؤسسات الخيرية الأخرى إلى جانب حالات عديدة طارئة جاءت للمؤسسة طالبة معونتها في شئون شتي فسارعت المؤسسة باكتنافها ورعايتها.

ومن أهم الإنجازات الطموح التي شارفت المؤسسة على الانتهاء منها بعد أن كانت خطة محتملة في عام ١٩٩٢ ، مشروع العاشر من رمضان الذي يتم علي مساحة ٧٦٥٠ متر مربع بالعاشر من رمضان ليضم داراً لرعاية الأيتام ومسجدا ومدرستين ووحدة للتدريب والإنتاج بالإضافة إلى مجموعة من الوحدات الإنتاجية والخدمية لصالح نزلاء الدار والمجتمع المحيط متمثلا في مركز طبي ملحق به صيدلية ووحدة إسعاف.

وبمقابلة المسئولين في مارس عام ٢٠٠٠ لوحظ تغيرا كبيرا في مقر المؤسسة في مدينة نصر حيث زادت أعداد المكاتب المتخصصة و اتسعت دائرة الإداريين والمشرفين كل في دائرة أكثر دقة في التخصص والمسئولية كما لوحظ أن العاملين بالإدارة في غالبيتهم يحملون شهادات جامعية أو أعلي

ولقد صرح المختصون بأن مشروع العاشر من رمضان قد قارب علي الانتهاء حيث سيتم نقل الأنشطة التنفيذية كلها إلى المنطقة الجديدة بحيث يتبقى بالقاهرة مجموعة من الإداريين الذين يعملون علي ربط أنشطة المؤسسة في القاهرة بالمؤسسة الأم بالعاشر من رمضان، كما صرح بوجود وسائل نقل تابعة للمؤسسة لتيسير نقل العاملين من فروع المؤسسة من ناحية، وبينها وبين الجهات المتعاملة معها من جهة أخرى.

**مصادر التمويل:**

تعتمد المؤسسة -بالدرجة الأولى في تمويل أنشطتها علي التبرعات النقدية والعينية من أهل الخير بالإضافة إلى اشتراكات أعضاء المؤسسة ورسوم الاشتراك السنوي، وبعض مبالغ الدعم المؤقتة المقدمة من وزارة الشئون الاجتماعية- و قد تزايدت مصادر التمويل بعد فتح حسابين للمؤسسة

في المؤسسات المالية المختلفة والاستفادة بالتراكم المالي من خلالها بالعوائد الدورية التي تتحقق من خلال الادخار بتلك المؤسسات.

وكما أوضحنا من قبل، فقد كانت مؤسسة المدينة المنورة الخيرية أكثر الجهات التطوعية التي تمت زيارتها ميدانيا شفافية ووضوحا في عرض موقفها المالي لذا فقد وقع عليها الاختيار لدراستها بشكل اكثر تعميقا — وبالاستعانة بالتقارير المالية السنوية للمؤسسة منذ إنشائها (١٩٩٢) حتى عام ١٩٩٩ تم رسم صورة شاملة للإيرادات المتاحة للمؤسسة وتطورها في خلال الفترة المذكورة مع مقارنتها بالمدفوعات المبذولة علي إنجاز الأنشطة المختلفة لها وذلك بغية الوقوف علي الوضع المالي للمؤسسة والمتاح لها من فائض للتمويل المستقبلي– ذلك ما يوضحه الجدول رقم (٣) .

جدول (٣)

تطور الإيرادات والمصروفات في خلال فترة حياة المؤسسة

الإيرادات

| البند | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٢ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٣ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٤ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٥ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٦ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٧ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٨ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٩ | إجمالي |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تبرعات[1] | ٦٦٥٨٩٣ | ٢٠٩٤٤٢ | ٢٠٨٥٥٩ | ٢٢٦١١٢ | ٢٠٠٤٧٥ | ٧٦٤٦٠٧ | ١٩٢٠٢٦٥ | ٦٠٤٦٥٥٨ | ٩٩٥٢٤١١ |
| عوائد بنكية | ٢٢٤٠٦ | ٣٧٠٧٥ | ٣٢٥٠٩ | ٣٥٧١٩ | ٢٨٥٣١ | ٢٨٣٢٩ | ٧٧٤٦١ | ٢٥٣٦٧٨ | ٥٣٦٧١٥ |
| اشتراكات أعضاء | ٣٣٢٠ | ٤٢٦٠ | ٥٥٢٠ | ٥٢٢٠ | ٣٦٠٠ | ٩٥٤٠ | ١١٨٢٠ | ١٠٦٨٠ | ٥٣٩٦٠ |
| رسوم عضوية | ٢٨٠٠ | ١٠٥٠ | ١٠٠٠ | ٦٠٠ | ٢٠٠ | ١٥٥٠ | ١٩٥٠ | ٦٥٠ | ١٠٨٠٠ |
| إيرادات أخرى | — | — | — | — | ٢٠٠٠ | ١٤٠٠ | — | ٣،٦٠٠ | ٨٠٠٠ |
| نقدية بالبنوك | — | — | — | — | — | ٢٩٣٤٧٢ | ٥٩٩٦١٩ | ١٥٨٥٣٠٦ | ٢٥٧٨٣٩٧ |
| نقدية بالصندوق | — | — | — | — | — | ٢٩٩٠٦ | — | ١٩٦ | ٣٠١٠٢ |
| إجمالي | ٦٩٤٤١٩ | ٢٥١٨٢٧ | ٢٤٨٥٨٥ | ٢٧٢٦٥١ | ٢٤٥٨٠٦ | ١٢٢٨٨١٤ | ٢٣١١٦١٥ | ٧٩٠٠٦٦٨ | ١٢١٦٩٢٨٥ |
| فائض الإيرادات بعد خصم المصروفات | ٥٤٤٦٨٩ | ٤٢٠٢٧ | ١٢٨١١ | ١٢٨١٠ | ٧٦٥١٩ | ١٠٢٠٨١٩ | ١٦٦٢١٦٦ | ٧٠٦٧١١٩ | ١٠٤٤٩٩٦٠ |

الإيرادات

| البند | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٢ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٣ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٤ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٥ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٦ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٧ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٨ | حتى ١٢/٣١ ١٩٩٩ | إجمالي |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| إعانات للغير | ١٢٨٧٦٢ | ١٩٤٤٥٩ | ٢٠١٢٧٧ | ٢١٨٧٥٨ | ١٣٧٩٨١ | ١٢٥٢٠٨ | ١١٤٢٩١ | ١٩٠٤٥١ | ١٣٣١١٥٧ |
| إهلاكات[2] | ١٧٤٣ | ٦٢٨٠ | ٩٥٩٨ | ٦٧٤١ | ٦٧٤٣ | ١١١٤٧ | ١٣٧٦٩ | ١٥٦٨٧ | ٦٨٧٠٨ |
| مرتبات ومكافآت | ٣٥٨٢ | ٤١٠٨ | ٤٥٦٠ | ٨٢٩٨ | ١٢٠٥٧ | ٩٢٨٠ | ٢٢٢٧٠ | ٢٢٨٥٧ | ٨٨٣١٢ |
| أدوات كتابية ومطبوعات | ١٥٢٢ | ١٢٢١ | ٢٣٥١ | ٢١٠٦ | ٢٢٨ | ٥٥٤٣ | ٤١٠٠ | ٣٤٩٠ | ٢٠٦٧١ |
| نشر وإعلان | ٥٦٢ | — | ١٨٨ | ١٩٥ | ٧٢٨٧ | ٨٦٣٢ | ٧١٢٥ | ٦٢٢٥٥ | ٨٧٢٥٥ |
| انتقالات | ٩٨٣ | ٤٨٦ | ٢٧٣ | ٥٠٧ | ١٦٧٦ | ١٥٣٧ | ٢٣١٥ | ٣٠٤٨ | ١٠٨٢٥ |
| صيانة وإصلاح | ٧٤٢ | ٣٣٧ | ١٤٨ | ٧١ | ١١٧٨ | ٢٨٩ | ٧٩٦ | ٣٥٤٢ | ٧١٠٣ |
| نظافة | ١٤٠ | ١٠٧ | ٣٤ | ١٧٧ | ٨٠ | ١١٥ | ٣٣٥ | ٨١٨ | ١٨٠٦ |
| مياه وإنارة | — | ١٩٤ | ١٤٦ | ١٢٨ | ١٤٠ | ١٦٩ | ١٨٣ | ٥١٢ | ١٤٨٢ |
| بريد وبرق وهاتف | — | ٤١ | ٧٤ | ٢٢٣ | ٤١٩ | ٧٨٣ | ٦٩٠ | ١٨٩١ | ٤١٢١ |
| مصروفات مشروع الأيتام | — | ٧٢٥ | ١٢٩٠٩ | ٢٥٩٤٧ | — | ٤٠٦٩٧ | ٤٥٦٢٧٥ | ٤٩٩٥٠٨ | ١٠٣٦٠٧١ |
| نثريات[3] | ٥٣٤ | ٤٤١ | ١٤١ | ١٥٨ | ٢١٠ | ١٤٨٩ | ١٢٩٠٠ | ١٤٤٢٣ | ٣١٢٩٦ |
| مصروفات بنكيه | ٣٦٨ | ٥٤ | ١٢٧ | ٢٠٤ | ٧٨ | ٤٣١ | ٣٦٧٩ | ٢١٩٦ | ٧٠٣٧ |
| أتعاب ومحاسبة ومراجعة | ٧٥٠ | ١٠٠٠ | ١٠٠٠ | ١٠٠٠ | ١٠٠٠ | ١٠٠٠ | ١١٠٠ | ١٥٠٠ | ٨٣٥٠ |
| تأمينات | — | ٢٢٧ | ٢١٨ | ٢١٨ | — | ٥٧٥ | ٩١٠ | ١٤٢٥ | ٣٢٩٣ |
| مصروفات أخرى[4] | ١٤١ | — | ٥٨٣٠ | — | — | ١٠٠٠ | ٦٩٣١ | ٧٩٣٦ | ٢١٨٣٨ |
| إجمالي | ١٤٩٧٣٠ | ٢٠٩٨٠٠ | ٢٢٥٧٧٤ | ٢٦٤٨٤١ | ١٦٩٢٨٧ | ٢٠٧٩٩٥ | ٩٤٨٤٤٩ | ٨٣٣٥٤٩ | ٢٧١٩٤٢٥ |

(1) عينية ونقدية

(2) تشمل اهلاكات مباني واهلاكات أثاث ومفروشات، واهلاكات مصروفات تأسيس واهلاكات أجهزة كهربائية.

(3) تشمل مصروفات ضيافة، لحوم ودواجن وأسماك، خضروات وفواكه وغيرها من الأغذية، أدوية أطفال، حفاظات، ألبان ...

(4) تشمل رسوم اشتراكات بهيئات محلية وأى مصروفات أخرى طارئة أو غير مستمرة أو يصعب حصرها أو تصنيفها مثل الحال في عام ٩٤ حيث تضمنت المصروفات قيم شراء ترابيزة اجتماعات وآلة كاتبة ومكتبة.

المصدر: التقارير السنوية بمؤسسة المدينة المنورة الخيرية للبر والخدمات الاجتماعية.

وكما يوضح الجدول السابق، يمثل بند التبرعات (عينية ونقدية) الجزء الأكبر من إيرادات المؤسسة حيث يصل إلى ٩٩٥٢٤١١ جنيه طوال فترة حياة المؤسسة بنسبة ٧٥,٦ ٪ من إجمالي الإيرادات المتاحة لها. ويمكن أن يلحق بذلك البند اشتراكات الأعضاء (بالإضافة إلى رسوم العضوية) الذي بلغ إجماله في عام ١٩٩٩ مبلغ ٦٣٧٦٠ جنيه مصري بنسبة ٠,٥٪ غير أن مقارنة سريعة لهذه النسبة مع النسبة الأولى للتبرعات الاختيارية بعيدا عن الالتزام بعضوية أو اشتراكات توضح مدي ضآلة بند الاشتراكات في عضوية المؤسسة وانخفاض وزنه التمويلى للمؤسسة إلا أن ذلك البند يمكن أن يكتسب أهمية أكبر إذا ما اعتبر وسيلة لاجتذاب أعضاء جدد لتقديم تبرعاتهم المتزايدة بتزايد درجة انتمائهم إلى المؤسسة كما أن هؤلاء الأعضاء يصبحون وسائل دعاية و إعلان عن أنشطة المؤسسة واجتذاب لمزيد من التبرعات من المصادر الأخرى. وعلي أية حال فان انخفاض هذا البند يأتي كنتيجة طبيعية لانخفاض الاشتراك ورسوم العضوية المطلوبين حيث أن الهدف من العضوية هو اجتذاب عدد أكبر من المشاركين في نشاط المؤسسة والداعين إلى دعمها بالدرجة الأولى بحيث تأتي التبرعات التي يدفعونها كنتيجة تلقائية نتيجة وقوفهم علي الوضع الفعلي للمؤسسة.

ويتتبع الخط الزمني لقيمة المرتبات والمكافآت يلاحظ عدم ثباتها، بل وتباينها الكبير من عام لأخر من ناحية، وفي بداية الأعوام الثلاثة لنشأتها عنها في سلسة الأعوام التالية من ناحية أخرى. فقد كانت المرتبات والمكافآت ٣٥٨٢ جنيه مصري فقط في عام ٩٢ (بمتوسط ٢٩٨,٥ جنيه فقط كإجمالي للمدفوع من المرتبات في الشهر الواحد)، ولم يرتفع متوسط المرتبات المدفوعة لكل العاملين في الشهر إلا إلى ٣٨٠ جنيه في عام ١٩٩٤. بينما

يكاد بند المرتبات يتضاعف في نهاية عام ٩٥ حيث يصل إلى ٨٣٩٨ جنيه ثم يرتفع مرة أخرى إلى ١٢٠٥٧ جنيه في نهاية عام ٩٦ ولا ندري سبب انخفاضه إلى ٩٣٨٠ جنيه في العام التالي. وعلي آية حال، فقد بلغت المرتبات والمكافآت أقصي قيمة لها في نهاية عام ٩٩ حيث بلغت ٢٣٨٥٧ جنيه آي بمتوسط ١٩٨٨ جنيه في الشهر.

وبسؤال المسئول بالمؤسسة عن عدد العاملين في المقر الرئيسي لها الذي مازال متواجدا بمدينة نصر وعن نوع العاملين ذكر لي أن عدد العاملين حتى الآن مازال محدودا حيث سيتم التوسع في ذلك العدد مع الانتقال إلى المقر الرئيسي للمؤسسة بالعاشر من رمضان، أما في المقر الحالي الذي يضم شقتين متجاورتين صغيرتي المساحة فيوجد ثلاثة أمهات بديلات تقوم كل منهن برعاية ثلاثة أطفال (حيث يضم الدار تسع حالات فقط كبداية قبل البدء في النشاط الموسع بمنطقة العاشر من رمضان) وذكر أن كل منهن تحصلن علي متوسط أجر شهري يتراوح بين ٢٠٠ – ٢٥٠ جنيه مصري. هذا بالإضافة إلى خمسة من الرجال يعملون بالحسابات والإشراف والعمل الإداري والمالي إجمالا فإذا ما افترض أن الأم البديلة (التي أوضح المسئول أنها حاصلة علي شهادة متوسطة) تحصل علي أجر شهري قدرة في المتوسط ٢٢٥ جنيه إذن سيكون إجمالي رواتب الأمهات الثلاث في الشهر يبلغ ٦٧٥ جنيه ويصل إلى ٨١٠٠ جنيه في العام الواحد. إذن ما يتبقى للعاملين الخمسة الذكور (الذين يحملون شهادات جامعية فأعلي) رواتب سنوية إجمالها ١٥٧٥٧ جنيه بمتوسط يقترب من ٢٦٣ جنيه مصري فقط. تري هل تلك الرواتب ملائمة للجهود الكبرى التي يقوم بها كل من هؤلاء العاملين؟ وهل تتكافأ مع مؤهلاتهم العلمية الكبرى؟ الواقع أن هذا المتوسط ينخفض حتى عن

المستوي الحالي لتكلفة المعيشة التي بلغ متوسطها في حضر مصر ما يوازي ٣٩١,٤ وحتى في ريف مصر ما يزال متوسط تكلفة المعيشة مرتفعا عن تلك الرواتب الشهرية حيث يبلغ ٣٥٦,٦ جنيها(١١).

وفي مقابلتنا مع المسئول أبدينا ملحوظتنا حول الارتفاع الضخم في المنفق علي بند الدعاية والإعلان والمطبوعات، فقسر ذلك بأنه بند بالغ الأهمية في تعريف أهل الخير بالمؤسسة وأنشطتها التطوعية وأن زيادته كان أمرا حتميا اجتذابا لمزيد من التبرعات التي تحتاج المؤسسة إليها بشدة في تلك الآونة حتى يمكن استكمال المشروع الرئيسي في العاشر من رمضان وحتى يمكن للمؤسسة أن تنموا وفقا للأهداف المحددة عند إنشائها. ولقد صرح المسئول بأنه تولى السلطة منذ عام ٩٦ حيث كانت التبرعات تعاني من التدني الشديد وأنه بعد أن توسع في وسائل الدعاية والإعلان عن طريق التلفزيون والصحف الرسمية واللافتات الجذابة والمطبوعات بدأ الناس في التعرف علي المؤسسة وزادت الموارد التمويلية للمؤسسة وتحسنت أحوالها بدليل أن المشروع يقارب علي الانتهاء في غضون أسابيع قليلة. وبالفعل لاحظت المؤلفة أثناء مقابلاتها الأخيرة بالمؤسسة قدوم عدد كبير من المتبرعين الذين أعلنوا أنهم تعرفوا علي المؤسسة بالصدفة أثناء مرورهم بمكان وجودها ورؤيتهم للافتاتها الإعلانية، أو أنهم عرفوا بأنشطتها من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

وحتى نتأكد من صحة ما ذكر عن التأثير الإيجابي لارتفاع قيمة المصروفات علي الإعلان علي زيادة المتدفقات من الإيرادات فإننا نعود إلى بند التبرعات في جانب الإيرادات بالجدول السابق، وبتصويب نظرة مقارنة بينه وبين بند النشر والإعلان في جانب المصروفات في ذات الجدول نلاحظ

أن بداية حدوث ارتفاعات جذرية في قيم النفقات الإعلانية تم منذ عام ١٩٩٦ حيث استمر عبر السنوات الأربع التالية في خط شبة مستقيم وإن كانت قيمة الإعلانات قد انخفضت بعض الشيء في عام ١٩٩٩م. أما عن التبرعات فيبدو أنها كانت مرتفعة نسبيا في عام الإنشاء وقد يكون ذلك نتيجة لحماس أهل الخير لذلك المشروع الوليد ثم انخفضت قيم التبرعات المقدمة إلى نحو الثلث في الأعوام الثلاث التالية. وبعد التوسع في الحملات الإعلامية والإعلانية عن المشروع (وما صاحبها من ارتفاع في قيم المصروفات عليها)، لوحظ حدوث ارتفاعات ضخمة - بالفعل- في قيم التبرعات في الأعوام التالية من عام ٩٧ حتى عام ٩٩ حيث زادت قيمة التبرعات بما يقرب من أربعة أضعاف قيمتها في عام ٩٦ ، ثم واصلت ارتفاعها في عام ٩٨ لضعف قيمتها في العام السابق، وما يربو على ثمانية أضعاف قيمتها في عام ٩٦ ، وفي عام ٩٩ ارتفعت قيمة التبرعات إلى حوالي أربعة أضعاف قيمتها في العام السابق لها وأصبحت قيمتها تعادل ما يزيد علي ٣٠ ضعف من قيمتها عام ٩٦ .

ومن الواضح أن قيم الاشتراكات ارتفعت أيضا من بعد عام ٩٦ الذي بدء فيه بالتوسع الجاد في الحملة الإعلامية والإعلانية عن المشروع مما يعد مؤشرا علي اجتذاب أعدادا متزايدة من الأعضاء المشاركين في مسئولية إنجاز الأنشطة المستهدفة للمشروع - فبالرجوع إلى بند اشتراكات الأعضاء يلاحظ أنها كانت تتزايد في الأعوام الثلاثة بعد عام الإنشاء ثم انخفضت إلى حوالي سدس قيمتها في العام السابق - بينما ارتفعت تلك الاشتراكات بعد ذلك لأكثر من ضعف قيمتها في العام التالي ثم أصبحت قيمتها تربو علي ثلاثة أضعاف قيمتها في عام ٩٦ وإن كان قد حدث انحسار بسيط في قيمة تلك

الاشتراكات في عام ١٩٩٩ بنسبة ١٠٪ من قيمتها في العام السابق الذي شهد أكبر قيمة من الاشتراكات.

وعلي أية حال، فما يهمنا في الحكم علي مدي نجاح المؤسسة في توفير الموارد التمويلية الكافية لها هو حجم الفوائض الصافية التي تتاح للمؤسسة كمصادر تمويلية جارية خاصة أن هناك مصادر إيرادية أخرى غير التبرعات متاح للمؤسسة الانتفاع بها خاصة ما تمتلكه من أرصدة وعوائدها بالبنوك المختلفة. وبنظرة سريعة علي فائض الإيرادات في الجدول السابق نلاحظ أنه بدأ في الانخفاض إلى سبع قيمته في عام الإنشاء ثم إلى أقل من ثلث قيمته في عامي ٩٤ و ٩٥ عنه في عام ٩٢ . أما في عام ٩٦ فقد ارتفع الفائض بعض الشيء عن الأعوام الثلاثة الماضية. أما الارتفاعات الحقيقية في ذلك الفائض فقد بدأت منذ عام ٩٧ حيث بلغ حوالي ضعفى قيمته في عام ٩٢ وأكثر من ثلاثة عشر أضعاف قيمته في العام السابق مباشرة ثم تضاعف قيمة الفائض – تقريبا – في عام ٩٨ عنه في العام السابق، ولقد وصل ذلك الفائض إلى أقصى قيمة مطلقة ونسبية له في عام ١٩٩٩ حيث قفز إلى ٧٠٦٧١١٩ جنيه بما يربو علي أربعة أضعاف قيمته في العام السابق. وتعتبر النتيجة المؤخرة مؤشرا منطقيا علي استمرارية المؤسسة ونجاح إدارتها خاصة وأنها قاربت بالفعل علي الانتقال إلى الدائرة الأوسع لأنشطة المؤسسة بالعاشر من رمضان كما هو مخطط له.

# الفصل الثالث
# الدور الفعلي والمرتقب للمنظمات الأهلية
# في مجالات التنمية البشرية

ننتقل بأحمال الفصلين السابقين من معلومات نظرية ورقمية وتجارب فعلية حول بعض الأشكال الهامة للعمل الاجتماعي لنقف بهما علي مصب التنمية البشرية الجارية في محاولة لشق قناة تختلط فيها هذه بتلك لتصبح منبعا صغيرا لسد رمق كل متعطش لعمل الخير البناء، وسوف نبدأ تلك المحاولة بالتعرف علي التنمية البشرية وأهم مؤشراتها ومجالات عملها كخطوة تمهيدية لتوضيح دور المنظمات المعنية في دفع عجلاتها.

## ٣ – ١ أهم مؤشرات التنمية البشرية والمجالات الرئيسية لإنجازها:

**مفهوم التنمية البشرية:**

يقوم ذلك المفهوم علي الإنسان كركيزة لإنجاز أية خطط أو عمليات للنهوض بالمجتمع ككل. كما جاء بإحدى الدراسات (١٢) ففي التنمية البشرية يصبح الإنسان محور تدور حوله جهود التنمية، ولا تصلح التنمية إلا إذا تمت بمشاركته ومن أجله.

ولقد بدأ الاهتمام بالإنسان في الفكر والتطبيق التنموي منذ أواخر الأربعينات تم تصاعد في أواخر الخمسينات وفي الستينات مع التطبيق الاشتراكي في مصر، ثم اصبح مثار للاهتمام العالمي عندما وضعت استراتيجيات تنموية أصبحت عالمية خاصة بعد أن تبنتها منظمة العمل الدولية وأهمها استراتيجية الحاجات الأساسية وذلك بالإضافة إلى استراتيجية الهجوم

علي الفقر فكلها ومثلها يهتم بالبدء بتحسن وضع الإنسان أولا ثم الآلة والنظام بعد ذلك إلا أن التنمية البشرية كمصطلح بدأ في الظهور عام ١٩٩٠ عن طريق برنامج الأمم المتحدة للإنماء حيث تم تعريفها في التقرير السنوي له لذات العام علي أنها "عملية توسيع خيارات البشر" وذلك علي اعتبار أن "البشر هم الثروة الحقيقية للأمم"(١٣).

ولقد وردت مفاهيم مختلفة لذلك المفهوم ولا نريد التوسع في عرض ذلك لخروجه عن هدف البحث ولكننا نفضل تعريف التنمية البشرية الذي سنأخذ به هنا علي أنها "النهوض بالمستوي الأخلاقي والاقتصادي والاجتماعي للإنسان" فلا تقدم بدون أخلاق ولا عيش في الحياة بدون إمكانيات اقتصادية، ولا استمرارية للإنسان بدون اكتساب مقدرة علي التكليف الصحيح مع المجتمع المحيط به.

**أهم مؤشرات التنمية البشرية ومجالات تحققها:**

تعددت المؤشرات المقترحة في الأدبيات المتخصصة لقياس وتقييم عمليات التنمية البشرية أو تلك التي يمكن الأخذ بها كأهداف لتحقيق التنمية.

ومن أهم تلك المؤشرات: إنتاجية العمل كما وكيفا وزمنا وتكلفة، ومن أهم مجالات تحقق هذا المؤشر: ما ينتجه البشر من سلع وخدمات، المعرفة، التنظيم البشري والتكنولوجي، ... الخ ومن أهم العوامل التي يمكن أن تؤثر في تنمية ذلك المؤشر: قيمة العمل، درجة الإتقان، الجزاء المادي والاجتماعي والمعنوي، الرغبة في تحقيق الذات، شروط العمل وظروفه، المواصفات الصحية لموقع العمل، شروط الأمن والسلامة في استخدام الأدوات والمعدات، حرية اختيار العمل، حرية الانتقال من عمل إلى آخر، فرص التدريب وضمانات الاستمرار في العمل.

ويمثل (الإبداع) مستوي فذا ومتميزا من مستويات الإنتاجية في جانبها الكيفي ومن أمثله تحققه خلق جديد في صناعة ما، أو فكر ما، أو نظام ما، أو في مجال العلاقات أو المعاملات . . . الخ[١٤] ولا نوافق الرأي السابق في اعتبار الإبداع أمرا كيفيا، فيمكن أن يتحقق الإبداع بتحقيق أمر فذ كمي مثل تخفيض فترة إنتاج ما لزمن ضئيل لم يكن متوقعا.

ولقد أشارت دراسة أخري[١٥] إلى أن هناك ثلاثة مؤشرات رئيسية لقياس التنمية البشرية وهى توقع الحياة عند الميلاد، ومعدل أمية البالغين (الذي تم تعديله مؤخرا إلى التحصيل العلمي للسكان)، والناتج المحلي الإجمالي للفرد. إلا أننا نعتبر تلك مؤشرات على (نتائج) التنمية سواء كانت بشرية أم اقتصادية —ولكن المؤشرات الأفضل تكون متعلقة —من وجهه نظرنا— بتكوين القدرات البشرية البناءة (ومن أهم مجالات تحققها تحسين الصحة، وتطوير المعرفة والخبرة والمهارات بالتدريب وغيره) أو بكيفية استخدام البشر لهذه القدرات (ومن الأمثلة علي مجالات الاستخدام البديلة: الترفيه، أو الإنتاج أو المساهمة الفعالة في الأنشطة البناءة للفرد وللمجتمع من ثقافية واجتماعية وسياسية وغيرها).

وفي تقرير الأمم المتحدة عن التنمية البشرية لعام ١٩٩٧، استخدمت خمس مؤشرات هي الحياة عند الميلاد، معدل وفاة الأمهات، معدل السكان/ طبيب، عدد وأداء العلماء والفنيين، ومعدل الحاصلين علي التعليم الأولى حتى المتوسط. ومن الغريب أن يفرد معيارى القدرات النسائية، ومساهمتهن في المجالين الاقتصادي والسياسي في بندين مستقلين مع أنهما يجب أن يلحقا بمؤشرات التنمية البشرية، أليست النساء من البشر؟

وعلي أية حال، ففي تحليلنا الحالي، سوف نتعامل مع مفهوم التنمية

البشرية علي أنها "كل ما يؤدي إلى ويدل علي تحسين أوضاع الإنسان"، ويفضل استنباط معايير ومجالات ذلك من خلال تقصي كل ما تقوم به المنظمات الاجتماعية الأهلية في سبيل تحقيق ذلك الهدف.. لعلنا نأتي بإضافة إلى جانب المعايير والمجالات التي تم سرد أمثلة لأهمها عاليه.

**٣-٢ الدور التنموي الذي تقدمه المنظمات غير الحكومية لأفراد المجتمع:**

قدم تقرير التنمية البشرية لعام ١٩٩٣ بعض المحاور الأساسية المتعلقة بسير عجلة التنمية البشرية ومن أهمها المشاركة participation. ومن وسائل تحقيق المشاركة الفاعلة التي تضمنها التقرير زيادة الإنفاق العام علي أولويات التنمية البشرية، وديمقراطية الحكم، وتقوية عناصر المجتمع المدني مثل المنظمات غير الحكومية والصحافة الحرة – كما يوصي التقرير لمقابلة الآثار الشرسة لنظام السوق، إتاحة فرصة قيام "أسواق صدوقة للناس" people – friendly markets بحيث تسمح تلك الأسواق "للناس بالمشاركة الكاملة فيها، والمشاركة العادلة في منافعها. أي أن تكون الأسواق خادمة للناس عوضا عن أن يخدموها" .

ومن متطلبات قيام واستمرارية تلك الأسواق الصدوقة للناس: الاستثمار الكافي والكفء في التعليم والصحة ومهارات الناس لتأهيلهم للأسواق، الحد من عوائق دخول الأسواق للجميع، إتاحة المعلومات الكافية –خاصة عن السوق الجارية، توفير الائتمان للفقراء، توزيع عادل للأصول، بنية تحتية مناسبة، ودعم كاف للبحث والتطوير.

تري، أين المنظمات الاجتماعية الأهلية في مصر من كل هذا؟ إن الإجابة المنطقية علي ذلك التساؤل الهام يتطلب منا العودة إلى الصفحات

الأولى من الدراسة ثم التوغل بين الصفحات رويدا رويدا لالتقاط كل ما يفيد ويتعلق بالإجابة المستهدف العثور عليها.

إذا بدأنا بنظرة عامة علي الميادين التي تعمل الجمعيات من خلالها، فسنجد أنها كلها موجهة لخدمة البشر وتقوم علي أيدي فئات متميزة من أهل الخير أو العلماء .. من هؤلاء البشر، والملحوظة الأخرى العامة أن تلك الجمعيات تتخصص في أنشطة متميزة بحيث يمكن أن يشكل كل منها فرعا من فروع التنمية البشرية مثل تنمية (الطفولة والأمومة)، وتنمية (ذوى الظروف الخاصة)، وتنمية قدرات (كبار السن) .. الخ.

وتلك النقطة الأخرى هي ما تستحوذ علي اهتمامنا من حيث أهميتها في دفع عجلات التنمية البشرية حيث نلاحظ أن تنوع الفئات المستهدفة من خدمات المنظمات الأهلية، وتنوع ميادين عملها يعني مراعاة عنصر (تنوع) فئات المجتمع وظروفهم وشمولية تغطية المجتمع بخدمات تلك المنظمات. والواقع أن تلك يتضمن إمكانية الاستغلال الأفضل للموارد البشرية في المجتمع وعدم إهدار الطاقات البشرية التي يهملها المجتمع في الظروف المعتادة نتيجة لمعتقدات خاطئة بعدم أهميتها. فذوي الظروف الخاصة عادة ما يمنحهم اللّه سبحانه وتعالي قدرات إبداعية لا يفطن إليها العامة – وحتى إن كانوا يعانون من عجز إجمالي فما من شك أنه ستتبقى لديهم بعض القدرات التي يمكن تدريبهم علي استخدامها للاعتماد علي النفس في التعايش الطبيعي بقدر الإمكان مع الحياة. وكبار السن الذين يضطرون إلى التقوقع والخمول نتيجة بلوغ سن المعاش من منظور المجتمع أو القانون هم في الواقع ثروة عظيمة مهدرة لنضج وعظم قدر الخبرة والمهارة التي اكتسبوها طوال سنين حياتهم وبدلا من أن يبدأ صغار السن دورة الحياة المعيشية منذ البداية ويقعون

في ذات الأخطاء لماذا لا تتم الاستعانة بخبرات تلك الفئة الثرية بحيث يبدأ الشباب من حيث انتهي الأكبر منهم.. ويستمر هؤلاء الأكبر في مسيرتهم العلمية الثرية فيعم ثراء الخبرة وحكمتها مع قوة الشباب وطموحاته بنفعه علي المجتمع ككل وحتى الطفولة التي ينظر البعض إليها كمجرد دميات للهو وإضاعة الوقت هي في الواقع كنوز مليئة بالقدرات الإبداعية الخام التي تنتظر من يجليها ويستثمرها.

ذلك ما تقوم به المنظمات المعنية بالفعل من خلال رعايتها للفئات المشار إليها ولغيرهم وحتى الموهوبين الذين يمثلون موارد نادرة فقد اهتمت بهم تلك المنظمات لتقوم برعايتها وتوجيهها وفقاً لمواطن التميز المكتشفة.

ومن أبرز ما تقدمه المنظمات المذكورة من خدمات تنموية للبشر هو احتضان الأطفال المحرومين من الرعاية الأسرية، وكأنها حضانات بشرية أعدت لحماية تلك الفئة من الانهيار الأخلاقي والهزال الوظيفي والمصرفي الذي يشكل منها قنبلة يمكن أن تنفجر علي مراحل لتصيب المجتمع بشظاياها المدمرة.

وكما جاء في إحدى الدراسات[١٦]، قرر الفقهاء أن اللقيط نفس بشرية لها وجودها (ويتوقع منها النفع) ومن ثم وجب علي من يجده أن يتولاه بالرعاية كما نص علي أن "مضيعه آثم، وآخذه غانم" . واللقطاء مسئولية أساسية علي الدولة أو من يقوم بالنيابة. وذلك يوضح عظم ما تقوم به المنظمات المتطوعة بالعمل كأسر بديلة للقطاء، ليس فقط للفئات ذاتها و لكن كمساعدة بالغة الأهمية للدولة —التي فرض عليها الشرع المسئولية الأساسية للرعاية — فقد روى عمر بن الخطاب ﷺ أنه قال لمن التقط طفلا: "لك ولاءه وعلينا نفقته" . الواقع أن الدور التنموي للمنظمات في هذا الشان لا

تقتصر فقط علي احتضان الفئات الحساسة، ولكن أيضا في تأهيلها علميا وعمليا لإعداد كوادر منتجة وفعالة للذات وللمجتمع.

ومن الأشكال الأخرى لدور المنظمات التطوعية التنموية للبشر نعثر علي شكل بالغ التميز وهو رعاية المسجونين، بل وأسرهم، والأحداث أو الأطفال المعرضين للانحراف فإن كانت تلك الفئات عضو منبوذ في المجتمع فإن إهماله يمكن أن يؤدي إلى تكاثرهم (عن طريق التناسل واجتذاب الغير للتقليد) الذي يشكل بالتالي عاملا معوقا للنمو والتقدم. وعلي عكس ذلك، فإن تطوع بعض المنظمات لرعايتهم ورعاية أسرهم وتوفير برامج موجهة لزيادة قدرتهم التعليمية والاجتماعية والصحية والثقافية والترويحية .. بشكل صحيح كل هذا يمثل وسائل علاج للمنحرف منهم ووقاية لذويهم ولبقية أفراد المجتمع من انتقال عدوي الانحراف إليهم بدرجة أو بأخرى.

والمنظمات المعنية يمكن أن تلعب دورها في تنمية البشرية من خلال تحسين أوضاع المنكوبين وقت الكوارث أو الأحداث الطارئة – ومن الأمثلة الهامة علي ذلك قيامها برعاية المهجرين بعد حرب يونيو ٦٧ حيث ساهمت في تنظيم الأحوال المعيشية للمهاجرين من أهالي سيناء وبور سعيد وغيرها من المناطق المصابة أو محل الخطر وقتها، كما كان لها دورا هاما في رعاية أهالي النوبة سنة ٦٣ وقت بناء السد العالي، وساهمت في توطين هؤلاء الأهالي في مناطق جديدة ومساعدتهم في التكيف مع حياتهم الجديدة وفي بدء حياتهم الاجتماعية والمعيشية بشكل صحي وإيجابي[١٧].

والواقع أن ذلك الدور يمكن أن تلعبه المنظمات التطوعية في الوقت الحالي خاصة ونحن في عصر الامتداد العمراني والتوسع في إنشاء المدن الجديدة وإقامة مدن صناعية ومشروعات عملاقة في مدن بعيدة نسبيا عن

مناطق العمران المألوفة للشعب المصري مثل مشروع توشكى - هنا تأتي الحاجة الماسة لمنظمات تطوعية ذات خبرة خاصة لتشجيع الهجرة إلى تلك المناطق وإرشاد المواطنين عن كيفية الانتقال والاستقرار والتعايش فيها - ذلك ما يتطلب أبحاثا لا يحتملها الحجم المحدود لدراستنا الحالية.

وحتى لا تأخذنا الاستفاضة النظرية من التعرض للواقع العلمي للدور التنموي للبشر، ننتقل إلى الجزء التالي والأخير من الدراسة لكي نستكمل الصورة التي بدأناها سابقا من خلال التجارب التطبيقية المذكورة سابقا.

## ٣-٣ الدور التنموي للبشر من خلال التجارب التطبيقية – نظرة انتقادية:

### تنمية القدرات البشرية الإبداعية:

اقترحت إحدى الدراسات حول الإنتاجية والإبداع في الوطن العربي[١٨] أن تتولى المؤسسات الاجتماعية مهمة احتضان المبدعين خاصة من الأطفال للمحافظة على استمرار إنقاذ جذوة إبداعهم ولكن الدراسة ركزت على العائلة والمدرسة كأهم شكل لتلك المؤسسات الاجتماعية وهاهي دار المصطفى تولد في السبعينات لتقوم بدور الراعي الرئيسي للموهوبين مركزة اهتمامها على محدودي الدخل الذين يفتقدون إمكانيات تنمية ما يتمتعون به من مواهب أو حتى الثقة التي تدفعهم إلى الإعلان عن وجودها لديهم ومن أجل تنمية قدراتهم قامت بتوفير الوسائل الأساسية اللازمة لترعرع تلك المواهب في شتى المجالات الفنية والميكانيكية والقيادية وغيرها، والواقع أن تلك التجربة لا تنطوي على مجرد رعاية مواهب متميزة ولكنها أيضا تنتج فرص تكوين مجتمع نموذجي صغير متكامل القدرات وإعداده لتغذية المجتمع الكبير بالخبرات المتنوعة التي تساهم في تقدم عجلات التنمية الشاملة للمجتمع وللمواطنين كذلك.

## تنمية ذوى الظروف الخاصة:

إذا كنا بصدد الحديث عن التنمية البشرية كاستراتيجية حتمية في الوقت المعاصر فمن باب أولى أن يعطى مزيد من الاهتمام لتنمية قدرات ذوى الظروف الخاصة والنهوض بأحوالهم حيث أنهم من أولى الفئات برعاية كل الفئات! ومن أهم أشكال الإعاقة التي توضح مدى الحاجة إلى رعاية خاصة تمكن الذين يعانون من أحدها أو أكثر من العيش الكريم بقدر الإمكان في الحياة: الإعاقة البصرية، السمعية، الكلامية، اللغوية، الجسمية، الحركية، التخلف العقلي، صعوبات التعلم، المشكلات الدراسية(١٩) وتتطلب التنمية المستهدفة لتلك الفئة خمسة جوانب أساسية من الرعاية: الصحية، النفسية، الاجتماعية، التربوية، التأهيلية، الرعاية الثقافية.

وتعتبر الإعاقة العقلية أو الذهنية من أصعب أنواع الإعاقة حيث أن العقل هو النعمة التي ميز الله سبحانه وتعالى الإنسان بها. وأهم أشكال التخلف العقلي وعلاماته:عدم النضج، أو المعاناة من صعوبة في التعلم أو صعوبة التكيف الاجتماعي[٢٠] ولقد أشارت دراسة أخرى[٢١] إلى أن العلاقات الأسرية والعاطفية عوامل بالغة الأهمية في النمو السوي، وعلى عكس ذلك فإن نمو الطفل داخل مؤسسات أو ملاجئ يمكن أن تؤثر تأثيرا سيئا على نموهم حتى لو توافرت لهم الرعاية الناجحة لأنها لا تضاهي رعاية الأسرة الأصلية.

وعلى جانب آخر فهناك كثير ممن يعانون من الإعاقة خاصة الذهنية منها لا ترحب أسرهم بتواجدهم معهم ويفضلون إدخالهم إحدى المؤسسات المتخصصة لاستقبال مثل تلك الحالات.

وقد يختلف الحال في جمعية "الحق في الحياة للمعوقين ذهنيا" المذكورة

سابقا حيث أن مديري المؤسسة والمشرفين على ضيوفهما ممن يعانون من الإعاقة الذهنية هم من أهالي ذات الحالات ومن ثم فهم أكثر قدرة على فهم الحالات المترددة وعلى منحهم الجو الأسرى الكافي والملائم والمطلوب. ويزيد من أهمية تلك الجمعية أنها لا تكتفي باحتضانهم لقضاء بعض الوقت اللطيف والممتع لهم فقط، وإنما تتميز أيضا بأنها تساعد تلك الفئة الحساسة على تنمية قدراتهم الحياتية والتكسبية بحيث يصبحون أكثر قدرة على العيش كمواطنين طبيعيين لغيرهم على قدر الإمكان وبحيث يتمكنون من تخفيف الكثير من عبء إعالتهم من الغير، بل إن الجمعية تتيح لهم من خلال خدماتها- فرصة الاستقلال بحياتهم أسوة ببقية أفراد أسرهم مع توفير فرص عمالة لهم بما يتلاءم مع قدراتهم وما من شك أن ذلك يعد من أوجه التنمية البشرية الفاعلة والمتميزة والتي يجب أن يعطى مزيد من الاهتمام لدعمها ولمزيد من التحسين لها.

**تنمية الأيتام:**

كما أوضحنا من قبل فان افتقاد رب الأسرة يجعل الأبناء كريشة في مهب الريح خاصة إذا لم يكن قد ترك لهم ما يكفى لأعاشتهم، وإذا لم تكن الأم على درجة من الإحساس بالمسئولية والمقدرة الملائمة على تحملها بنجاح وبتدبر، وما من شك أن الأيتام يمثلون شريحة لا يستهان بها من المجتمع وهم ثروة بشرية إن أحسن إنباتها لا صبحوا جزءا من ثروات تراكمية للمجتمع كلها. وهناك كثير من المؤسسات الاجتماعية التي تفضل الاضطلاع بدور رعاية الأيتام وأسرهم خاصة وقد حث الشرع ليس فقط على رعايتهم اقتصاديا ولكن أيضا على منحهم الحنان والعطف والأمان الذي لاشك يفتقدونه في غياب رب الأسرة المسئول. وتشير التجربة المدرجة سابقا لجمعية كفالة

اليتيم و(التنمية) بداءة من مسماها أنها تستهدف بالفعل الاضطلاع بمهمة التنمية البشرية لتلك الفئة الحساسة. وهى تقدم خدماتها في مجالات كثيرة منها اكتناف اليتامى داخل الدار وتولى مسئوليتهم حتى الزواج مع تحمل مسئولية تعليمهم وعلاجهم وتوفير فرص وظائف لهم كما أنها تشجع أهل الخير على كفالة البعض، وأحيانا تذهب إلى أماكن تواجد اليتامى لتقديم مساعداتها.

غير أن من بعض المشاكل التي لوحظت هو عدم استقرار الأمهات البديلات وتغيرهن باستمرار، وكذلك فأثناء الأعياد والأجازات الرسمية يفرض على نزلاء الدار الذهاب إلى ذويهم الذين أحيانا ما يستقبلونهم بفتور أو بقسوة تضيع كل ما لا قوه من رعاية في الدار مما يتطلب دائما إعادة ترميم مشاعرهم المنكسرة. ولكن يعوض ذلك تبرع بعض أهل الخير بإقامة الحفلات لهم، واستضافتهم في رحلات رائعة وإقامة و مآدب فاخرة لهم من وقت لآخر، كما يتم أحيانا تبادل زيارات بين نزلاء الدار المتشابهة مما يعد محاولة جيدة لربط منتجي وعمال وقائدي المستقبل بمجتمعهم ولترسيخ عنصر الانتماء في أنفسهم.

**التنمية التربوية الدينية:**

الواقع أن البعد الديني يمثل عنصرا بالغ الأهمية للتنمية البشرية السليمة فالانحراف الديني يمكن أن يتسبب في غياب الضمير الذي يؤدى في النهاية إلى التوجيه والاستخدام السيئ والضار للموارد البشرية وغير البشرية، بل وحتى إن استثمرت اقتصاديا بالشكل الذي يبدو صحيحا، فإن غياب الوعي الديني يمكن أن يؤدى إلى وجود سلوكيات مدمرة لكل الثمار الاقتصادية المادية التي يتمتع بها الفرد أو المجتمع –ولنا في ذلك أمثلة واضحة من

خلال التأمل في أحوال كثير من الدول الكبرى التي انتشر فيها الفساد والانحراف والتفكك الأسرى فكثرت حوادث الاغتصاب والقتل (اللامبرر) والجماعات (الشيطانية) .... الخ.

ومن ثم فالدور الذي تقوم به بعض المنظمات الأهلية في تصحيح المسارات المنحرفة من خلال التوعية الدينية الصحيحة دورا بالغ الأهمية خاصة في الوقت المعاصر الذي يسهل فيه اختلاط الثقافات العالمية بلا ضوابط ولا حدود. ومن مظاهر الدور التنموي الذي تقوم به الجمعية الشرعية للعاملين بالكتاب والسنة المحمدية تقديم الغذاء (الروحي) اللازم للإبقاء على النفس السوية داخل الإنسان من خلال تقديم خدمات وأنشطة متنوعة منها ما يستفيد منه النشء مثل مجموعات التقوية وتحفيظ القران ودور الحضانة، ورعاية وكفالة الأيتام على النحو السابق توضيحه -ومنها ما يفيد الكبار مثل تيسير رحلات الحج والعمرة بأسعار اقتصادية وخدمات متميزة وتولى مسئولية ذبح أضحيات عيد الأضحى وتقديم عطاءات بالمشاركة لمن يريد- كما تقدم خدمات تفيد الجميع من خلال المساجد التابعة للجمعية والمستوصفات العلاجية الشاملة مع إقامة صندوق للزكاة وجمع التبرعات لتوزيعها على المحتاجين بعد عمل دراسات حالة لهم حتى تصل التبرعات إلى مستحقيها الفعليين.

ومن التجارب الأخرى التي يمكن اعتبارها نموذجا تنمويا مثاليا للبشر من خلال تطبيق أحكام الدين وتوجيهاته فيما يتعلق بالتكافل الاجتماعي، تجربة قرية تفهنا الأشراف بمحافظة الدقهلية[٢٢]. فقد قامت بتوظيف جميع الطاقات البشرية في القرية لإعمارها ولتكوين مجتمع إنتاجي متقدم متكامل الخدمات والأنشطة بحيث ساهم ذلك في حل كثير من المشكلات الاجتماعية

والاقتصادية التي يمكن أن تواجه أي مجتمع من فقر وبطالة ووقت فراغ وخلافات أسرية وغيرها، كما تم الاهتمام برفع مستوى الخدمات التعليمية والصحية والزراعية وغيرها، جنبا إلى جنب مع الاهتمام بنشر الوعي الديني الصحيح عن طريق دور الحضانة والمساجد واعتبار الدين "قاعدة أساسية" للحياة تفيد المسلم في حياته التعليمية والاجتماعية والمهنية.

**تنمية الأسرة:**

والأسرة في حديثنا الجاري قد لا تعني مفهومها الدارج كأب وأم وأطفال طبيعيين ولكنها تتكون في المؤسسات الاجتماعية من الأطفال اللقطاء أو اليتامى والأمهات البديلات المقيمات بشكل كامل مع هؤلاء الأطفال، وكل العاملين المستديمين بذات مكان الأطفال، وكافلوا هؤلاء الأطفال. وبطبيعة الحال يندرج مع هذا الإطار الأسرى المتبرعون وأمهات الأطفال المقيمون بالمؤسسة اللاتي اضطرن لإدخالهن الدار لضيق ذات اليد وبقية أشقائهم المقيمين خارج الدار. ويمكن أن نطلق على ذلك الشكل في دراستنا مصطلح "الأسرة الاجتماعية" تمييزا لها عن المسميان التقليديان وهما الأسرة النووية والأسرة الممتدة. والواقع أن "الأسرة الاجتماعية" تتواجد في أية منظمة تطوعية أهلية إذا ما احتوت على أفراد مقيمين فيها بصفة مستديمة، وتصبح تنمية الأسرة هنا شاملة لكل الأطراف المتعاملة في الخدمات الاجتماعية التطوعية المقدمة.. كل حسب حاجته وقدرته. ومن ثم فتخيلنا للوضع بمؤسسة المدينة المنورة يمكن أن يطبق على كل المؤسسات التي تحتضن أسرا اجتماعية بالمعنى المشار إليه توا.

وكما أوضحت البيانات السابقة فالمؤسسة تمارس الآن نشاطا محدودا

داخليا. وعدد من تتم رعايتهم من الأطفال اللقطاء. وفى عام ٩٦ صرح المسئولون عند زيارتنا الأولى للمؤسسة أنها تستقبل ٢٠ – ٣٠ طفلا حديث الولادة من اللقطاء وذكر أن رعايتهم في مدينة القاهرة أفضل لأنهم لن يحتاجوا سوى لأمهات بديلات تتولى كل منهن مهمة تربية ثلاثة منهم. بينما تتوافر كل الخدمات العامة حولهم من رعاية صحية وأمن الخ. أما في حالة الانتقال إلى العاشر من رمضان فسوف تضطر المؤسسة إلى استقبال عمالة أخرى مستديمة بالإضافة إلى الأمهات البديلات وذلك في مجال التمريض والأشراف لضمان تقديم الخدمات الضرورية المرتبطة بهذا السن الصغير. وفى ذلك الوقت كان مرتب الأم البديلة المقيمة بالكامل يتراوح من ١٢٥ – ٢٠٠ جنيه. ويلاحظ أنه أرتفع حاليا إلى ٢٠٠ – ٢٥٠ جنيه حاليا كما صرح المسئول في مقابلتنا الأخيرة. وذلك يعنى أن المؤسسة تراعى ارتفاع معدلات التضخم – كما أن إقامة الأمهات البديلات بالدار بالكامل يعتبر دخلا إضافيا لهن ولكن بشكل غير مباشر خاصة وأنهن يقمن في مكان نظيف وراق ويتمتعن بذات الخدمات المتاحة للأطفال المقيمين بالدار. وما من شك أن تلك الإقامة المستديمة تتيح فرصة الارتباط الأسرى بين هؤلاء الأطفال وأمهاتهن البديلات. لكن يبدو وأن ذلك الارتباط ليس دائم بالفعل حيث تتغير تلك الأمهات بصفة مستمرة نتيجة لزواجهن أو لأي ظروف أخرى مما يؤثر على الشكل الأسرى الدائم الذي يستهدف أن يعيش الأطفال في كنفه. كما أن بعد المكان الذي سوف تنتقل إليه قريبا الأسرة الاجتماعية –في العاشر من رمضان– المقر الرئيسي للمؤسسة في مدينة نصر لاشك أن سيضعف عملية السيطرة الرقابية على النزلاء من الأطفال وعلى أمهاتهن البديلات اللائى يتولين رعايتهم مما يمكن في النهاية أن يؤدى إلى ضعف الكيان الأسرى

المستهدف، بل والى سوء تربية وتنمية الفئة المستهدفة وأن كان أحد المسئولين قد أعلن أن ذلك شيئا قابلا للحل لأن هناك وسائل نقل تابعة للمؤسسة سوف تتولى القيام برحلات يومية للعاملين بالمؤسسة بالقاهرة من ناحية وبالعاشر من رمضان من ناحية أخرى بحيث يتم بذلك التواصل الدائم بين جميع أعضاء الأسرة الاجتماعية محل الاعتبار.

وباستخدام بعض المؤشرات لتحديد الدور التنموي للمؤسسة المذكورة بشكل تقريبي في المجال البشري خرجنا بالنتائج التالية:

بالاستعانة بمؤشر **تنوع الأنشطة التنموية** نجدها تتحقق بالفعل كما يدلنا جدول(٢) السابق حيث لا تقتصر خدماتها على اللقطاء واليتامى فقط داخل المؤسسة، ولكنها أيضا تقدم إعانات يمكن أن تلعب دورها في التنمية البشرية إما بخلق وتنمية قدرات دينية علمية وغيرها (مثل تقديم إعانات للطلاب ولتحفيظ القرآن) أو مساعدات إعاشة لفئات ذوى مشاكل وظروف خاصة (مثل إعانات الشيخوخة وتلك المقدمة للفقراء في شكل مال أو طعام ..)، كما تقدم مساعداتها في حالات الطوارئ والظروف التي يجب تجاوزها بسلام حتى يستطيع من يواجهها الاستمرارية في الحياة بنشاط طبيعي (مثل إعانات الزواج، وإعانات المرض والأجهزة التعويضية، والعمليات الجراحية والأدوية والعلاج وتلك الممنوحة لعابري السبيل لمتضرري الحريق وإعانات كوارث الدول الإسلامية) وتزداد الأهمية التنموية للإعانات المذكورة بعد استحداث بند مستمر يتمثل في فتح دفاتر توفير للأيتام الذين ترعاهم المؤسسة حيث أن ذلك يمثل نوعا من تأمين حياتهم المعيشية المستقبلية كي يتمكنوا من مواصلة عيشهم في الحياة بشكل طبيعي. غير أن تتبع تطور القيم الاجتماعية لإعانات المؤسسة لابد وأن يلاحظ تذبذب قيمها وانخفاضها في السنوات الأخيرة منذ

عام ١٩٩٦ ، ولو أن ذلك ممكن أن يرجع إلى تركيز الاهتمام على استكمال المشروع الكبير للمؤسسة في العاشر من رمضان والذي سيمثل المقر الدائم للأنشطة التنفيذية للمؤسسة. ويلاحظ أن دورها الحالي في التشغيل والتكسب للغير مازال بالغ المحدودية بشكله المباشر حيث أن عدد العاملين الدائمين الحاليين بالمؤسسة لا يتعدى خمس موظفين وثلاثة أمهات بديلات وإن كان دورها هذا قد بدأ يتصاعد حيث أنها على وشك الانتقال إلى المقر الدائم في العاشر من رمضان وقد حضرت إحدى الموظفات الجديدات واتضح لي أن المؤسسة تهتم عند توظيفها بالحالات المتميزة. فعلى سبيل المثال، نجد أن مدير المقر الإداري بمدينة نصر كان يشغل منصبا قياديا مرموقا بإحدى الجهات الحكومية. وكما صرح بنفسه، فقد أحيل إلى التقاعد مؤخرا وأراد أن يقوم بعمل إيجابي فبدا بتقديم التبرعات للمؤسسة ثم تطوع للعمل بها، وبعض الشباب العاملين أحدهم كان يعمل بالخارج وعندما قدم إلى مصر تعذر عليه الحصول على عمل ولكن تيسر له ذلك بالمؤسسة —وبطبيعة الحال فإن المقر الدائم للمؤسسة بالعاشر من رمضان والجهات الخدمية الملحقة (مبنى إسكان لإيواء ١٩٢ طفل وبه مطاعم ومغاسل، ومبنى إسكاني أخر لإيواء ٢٤٠ طفلا ومدرستين ابتدائي وإعدادي تسعان لعدد ٧٢٠ تلميذا في ٢٤ فصل وتتبعان الأزهر الشريف، وإدارة ومكتبه علمية وأربع ورش للتعليم المهني ومسجد يسع ٦٠٠ مصلى وملاعب رياضية تضمان ملعبا للسلة وآخر للكرة الطائرة بالإضافة إلى حدائق وأماكن أخرى للترفيه) كل تلك الجهات تتطلب عمالة كبيرة نسبيا ومتنوعة التخصصات والمؤهلات من إداريين ومدرسين وعمال ومدربي تربية رياضية ومعلمين فنيين وحرس أمن وعمال زراعيين ... الخ.

وبالإضافة إلى العمالة الدائمة المتنوعة التي سوف تتطلبها وتستوعبها

المؤسسة من خلال ممارسة أنشطتها التوسعية في العاشر من رمضان، فهناك عمالة أخرى ساهمت بشكل غير مباشر في تشغيلها كعمالة مؤقتة وهى تلك التي ساهمت في إنجاز مباني المؤسسة وقامت بتأثيثها في مقرها الدائم. وذلك بالإضافة إلى أن **الدورات التدريبية المزمع عقدها في الورش الإنتاجية** في العاشر سوف تكون بمثابة تأهيل لنزلاء الدار لكي يصبحوا أفراداً ذوى خبرة ومهارة إنتاجية تكسبيه. كما أن أعضاء مجلس الإدارة والجمعية العمومية للمؤسسة، هم أصلا ذوى نفوذ ومناصب مرموقة يمكن الاستعانة بها لتوظيف المحتاجين الذين يستعينون بخدمات المؤسسة ولو خارج الدار نفسها، أو حتى خارج الدولة حيث يلاحظ أن من بين هؤلاء الأعضاء بعض الأفاضل من المملكة العربية السعودية. أما عن انخفاض متوسطات الدخول للعاملين حاليا بالمؤسسة فقد يرجع إلى توجيه الاهتمام الأكبر لاستغلال موارد المؤسسة في إنجاز مشروعها الدائم بالعاشر. كما يمكن التغلب عليه من خلال إقامة بعض المعارض والمشروعات الاستثمارية بعد الانتهاء من المشروع الأساسي. وقد ترجع انخفاض متوسطات دخول الموظفين إلى أنهم منتدبين من جهات حكومية أخرى وليسوا موظفين دائمين. وكما أوضحنا من قبل فإن المربيات والمشرفات المقيمات مع الأطفال (أوضح مسئول آخر أنهن ٧ أمهات + ٣ دادة + حكيمة + مديرة) تقمن بالمؤسسة مجانا بالإضافة إلى الحصول على المأكل وبعض الخدمات والسلع الأخرى مجانا أيضا ذلك الذي يعتبر جزءا من الدخل الصافي.

وكما أتضح في أخر الفصل السابق، فالمؤسسة تحقق فوائض مستمرة في السنوات الأربع الأخيرة حتى أن قيمة الفائض قد قفزت إلى ٧٠٦٧١١٩ جنيه في عام ١٩٩٩ مما يطمئن على كفاءة المؤسسة في إدارة مواردها

المحدودة حتى وهى تقوم ببناء المشروع العملاق بمنطقة العاشر من رمضان.

**والخلاصة**، أن المؤسسات الاجتماعية تقوم بالفعل بدور هام في التنمية البشرية سواء من الناحية التربوية أو التعليمية أو التثقيفية أو التدريبية، كما أنها تقوم برعاية الشرائح المتميزة من الشعب مثل الموهوبين. أو تلك التي تعانى من ظروف متميزة مثل المعاقين ذهنيا. ولقد امتدت أنشطتها التنموية لإتاحة فرص العمالة والتوظيف ليس فقط لضيوفها ولكن أيضا للمتقاعدين القادرين على العمل والعطاء، ولكثير من الخبرات الأخرى سواء بشكل مباشر من خلال أنشطتها المتنوعة أو بشكل غير مباشر ومؤقت من خلال إقامة مشروعات جديدة تتعلق بها.

**الخلاصة وبعض المقترحات للنهوض بالدور التنموي للمنظمات الأهلية:**

تبين مما سبق أن المنظمات الاجتماعية الأهلية تنمو بشكل مضطرد خاصة في الآونة الأخيرة حتى أننا قد لا نكون مبالغين إذا ذكرنا أنها أصبحت تأخذ وضعا (إحلالياً) بدلا من الحكومة في التعامل مع كثير من المسائل ذات الأهمية القومية. ولقد أتضح لنا أنها تلعب دورا فعليا وفعالاً في دفع عجلة التنمية الشاملة بوجه عام والتنمية البشرية على وجه أخص. وأن دورها في هذا المجال متشعب المواطن والوسائل والمجالات كما أنها تشمل بمساهماتها شرائح متعددة من المجتمع خاصة تلك التي قد يغفل المجتمع والمخططون حقهم في الحياة الطبيعية المعيشية الكريمة مثل مجهولي النسب وذوى الظروف الخاصة والطاعنين في السن. فمثل تلك الشرائح وغيرها مازالت مناط تكلفة على المجتمع ويمكن أن تكتسب قدرات تتلاءم مع ظروفها بحيث تستحيل إلى مصادر للدخل على الأقل يكفى أو يقلل من النفقات المدفوعة على إعاشة تلك الفئات الحساسة. وعلى الرغم من تزايد التبرعات المدفوعة إلا

أنها تعانى من تذبذب قيمها وعدم ضمان ديمومة مصادرها. كما أن هناك مشكلة بالغة الخطورة وهى تغير الأمهات البديلة والعاملين بالكادر الإداري بالمنظمات المذكورة باستمرار، إما لأنهم يعملون تطوعا ومن ثم فغالبا ما يعطونه أولوية أخيرة في جداول حياتهم المعيشية، أو أن ما يحصلون مقابله على رواتب غير كاف لإعاشة كريمة لهم مما يضطرهم إلى اعتبار ذلك العمل شيئا مؤقتا وممرا للعبور إلى وظائف أخرى أكثر ربحية. وعلى ضوء ما تقدم فهناك بعض المقترحات لتحسين الوضع المعنى والمستهدف نوجزها فيما يلي:

—من أجل تحسين **الوضع المالي للمنظمات التطوعية**، نوجه نداء إلى الجهات الإعلامية بعدم حصولها على مقابل للإعلان على الأنشطة التطوعية، واعتبار تقديم الخدمة الإعلامية والإعلانية المجانية لتلك الجهات التطوعية نوعا من الزكاة والصدقة لمباركة أنشطة تلك الجهات الإعلامية.

—يوصى وبشدة أن يسمح القانون لتلك المنظمات بأن تأخذ شكل **شركات مساهمة بشكل استثنائي** ومحدد بأن تطرح أسهم **لصغار المدخرين والمستثمرين** وبحيث تضطلع تلك المنظمات بإقامة مشاريع استثمارية موجهة خصيصاً لتحسين دخول تلك الفئات، كما تعطى أولوية توظيف العاملين بها من بين أصحاب هذه الأسهم، فإن تحقيق ذلك الاقتراح ينطوي على عديد من المزايا المتداخلة التي تفيد بدورها في دفع عجلة التنمية البشرية لشريحة أعرض من فئات الشعب الحساسة — فذلك يتيح فرصة توسيع قاعدة الموارد التمويلية ومصادرها للمنظمات المعنية

وبالتالي فهي تساعد ذوى الدخول المحدودة لا خبرة استثمارية لهم والذين قد يفتقدون فرصا فعلية للعمالة وللتكسب، على استثمار أموالهم بواسطة هيئات اجتماعية أمينة تسعى لنفع المجتمع لا استغلاله كما يحدث عادة في المؤسسات الربحية الأخرى. ومن جهة ثالثة، فإن تشغيل المساهمين في تلك المشاريع الاستثمارية يمكن أن يساهم في تحقيق أفضل إنتاج ممكن حيث أن العاملين فيها هم مالكوا جزءا من أسهمها، وستكون المصالح المشتركة لجميع الأطراف المتعاملة في تلك المشاريع عنصرا لنجاح مثل تلك المشروعات، وقد يزيد الأمر نفعا لو تم تسويق جزء من المنتجات والخدمات المستثمرة لتلك الأطراف المشاركة مع منحهم خصومات وامتيازات معينة عما يتاح للمستهلكين من العامة.

— كما يقترح منح المنظمة الواحدة الحق في ممارسة **أكثر من** ميدان **نشاط** طالما كانت الأنشطة متكاملة، وكذا يقترح أن تغطى بخدماتها فئات (متكاملة المواصفات والطباع والظروف)، فعلى سبيل المثال، لماذا لا تضم الدار الواحدة أنشطة لرعاية الأطفال وكبار السن بحيث يتبادل الفئتين مشاعر البنوة والأبوة الفعلية وذلك كما أوضحنا تفصيلا فيما سبق؟.

— وطالما أننا في عصر التكتلات وزيادة هيمنة الشركات الكبرى والشركات عابرة الجنسية على اقتصاديات العالم، يقترح ضم كل تخصص من الأنشطة الاجتماعية التطوعية في **هيكل تنظيمي مؤسس واحد** فمن شأن ذلك زيادة الموارد المتاحة وتحقيق التنسيق والتكامل بين أنشطتها.

— ولقد أشير في إحدى الدراسات[٢٣] إلى أن من طبيعة مراحل التحول وجود نوع ما من (سيولة القيم). وأشد ما نخشاه أن تضيع الهوية الإسلامية والشخصية المصرية الكريمة المحصنة بدينها وبشرقيتها مع غزو الثقافة الغربية المادية خاصة مع تقلص دور الحكومة المرتبط بسياسات الإصلاح الاقتصادي في مصر، لذا، فلابد من الاهتمام بالجمعيات والمؤسسات الدينية وتلك المرتبطة بالمحافظة على اللغة العربية والتراث الشرقي المتحفظ ويجب أن يعطيها القانون قوى ملزمة بعض الشيء لحماية نظام التعليم المصري القائم على أسس الدين والأخلاق من أن يندثر في خضم أعاصير الاستغراب العاتية.

— كما يجب على المنظمات الاجتماعية أن تكثف مجهوداتها الآن لزيادة الوعي القومي **بكيفية التكيف مع الجديد** (ومن الأمثلة على ذلك التخصيصية والعولمة والسكنى في المدن الجديدة) والفطام من ثدي الحكومة والانتقال بكفاءة للعمل في ظل مدرسة الحياة.

— هناك من يعانون من إعاقة جزئية، وعلى الجانب أخر هناك من حباهم بقدرات كاملة ولكنهم يعانون من بطالة كلية لتلك القدرات لماذا لا تنشأ **جمعية تطوعية تسمى(القدرات التكميلية)** تستقبل فيها الشباب العاطلين ليقدموا مساعدات تكميلية لمن يطلبها نظير أجر يمنح لهم من الجمعية (في حالة فقر طالب الخدمة)، أو من العملاء في حالة تيسر حالهم وكمثال على هذا الأقزام، ومن يعانون من "إعاقة الكتابة والقراءة" كحالة مرضية المنشأ، أو كنتيجة للإصابة بحادث أو بعجز أخر مثل فقدان

البصر أو الشلل ... الخ هؤلاء المبتلون بمثل تلك الإعاقة عادة ما يحملون قدرات عقلية فذة ويرغبون في استكمال تعليمهم الرسمي أو يستثمرون ما حباهم اللّه من ملكات إبداعية ويعرقل تحقيق رغبتهم العثور على أعمال تتناسب مع ما يعانون من عجز مع غياب متطوعين للكتابة بدلا منهم خاصة في أوقات الامتحان، وكذا لقراءة المناهج لهم. أرجو الاهتمام بذلك الاقتراح فهو جد خطير وهام للجميع.

# الهوامش

(١) أنور العربي، ١٩٩٩ ، صـ ٣ — ٢٤ .

(٢) الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الخاصة، ١٩٨٣ ، صـ ١٥ — ٣٢

(٣) الإدارة العامة للجمعيات والاتحادات، ١٩٦٧ ، صـ ٤٣٧ — ٤٤٢

(٤) أماني قنديل، ٩٤ ، صـ ٦١ ، وأجزاء متفرقة أخري من الدراسة.

(٥) أ. مصطفي دسوقي كسبة ١٩٩٧ ، الجزء الأول ، صـ ٥ ، ٦ .

(٦) الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الخاصة، ١٩٧٩ ، صـ ١٧ — ٢٥

(٧) لمزيد من التفاصيل أرجع إلى أنور العربي، ٩٩ صفحات متفرقة.

(٨) أماني قنديل ، صـ ٩٤ — ١٠٣

(٩) د. ماهر الصواف ، ١٩٩٧

(١٠) د. زينب صالح الأشوح، ١٩٩٦ ، صـ ١٦٣ — ٢١٧

(١١) البنك الأهلي المصري، ١٩٩٨ ، صـ ٨٢

(١٢) د. إبراهيم العيسوى ، ١٩٩٥، صـ ١

(١٣) نادر فرجاني ، ١٩٩٤ ، صـ ٥

(١٤) د. حامد عمار، ١٩٩٥ ، صـ ٣ — ٥

(١٥) نادر فرجاني، ١٩٩٤ ، صـ ٧

(١٦) الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الخاصة، ١٩٩٠ ، صـ ٣ — ٥

(١٧) الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الخاصة، ١٩٨٣

(١٨) د. حامد عمار، أغسطس ١٩٩٥ ، صـ ٣٧.

(١٩) د. ليلى كرم الدين ، مارس ١٩٩٧، صـ ١٦

(٢٠) حسين جلال عثمان ، ١٩٩٧ ، صـ ٥٢

(٢١) لمزيد من التفاصيل أرجع إلى د. فاروق محمد صادق، يونيه ١٩٩٧

(٢٢) لمزيد من التفاصيل أرجع إلى: د. محمد أحمد عبد الهادي، ١٩٩٧

(٢٣) د. رفعت السيد العوضى، مارس ٢٠٠٠م

# المراجع

(١)أنور العربي، ١٩٩٩ ، **قانون الجمعيات الأهلية، الصادر بالقانون رقم ١٥٣ لسنة ١٩٩٩**، بدون ناشر، المبتديان، القاهرة.

(٢)الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الخاصة، ١٩٨٣، **تاريخ العمل الاجتماعي في مصر – تأصيل برامج الرعاية الاجتماعية**، المجلد الأول، القاهرة.

(٣) د/ أماني قنديل و د/ سارة بن نفيسة، ١٩٩٤، **الجمعيات الأهلية في مصر**، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، الأهرام، القاهرة.

(٤) د/ حامد عمار، أغسطس ١٩٩٥، "تقديم لمحور القيم الاجتماعية والثقافية: الإنتاجية والإبداع في الوطن العربي" **كراسات بحوث اقتصادية عربية** (٣)، سلسلة التنمية البشرية (٢)، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة.

(٥)د/ إبراهيم العيسوى ، أغسطس ١٩٩٥ "تقديم محرر سلسلة كراسات التنمية البشرية"، **التنمية البشرية والقيم الاجتماعية والثقافية**، إعداد د/ منير بشور، كراسات بحوث اقتصادية عربية(٣)، سلسلة التنمية البشرية(٢)، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة.

(٦) د/ سعد الدين إبراهيم ، ١٩٩٧ "حول إنعاش المجتمع المدني وتنشيط العمل الأهلي التنموي في مصر" ، **ندوة التقييم الاقتصادي والاجتماعي للجمعيات الخيرية الأهلية في جمهورية مصر العربية**، ٢٩، ٣٠ أكتوبر ١٩٩٧ ، الجزء الأول، القاهرة.

(٧) البنك الأهلي المصري، ١٩٩٨ ، **النشرة الاقتصادية**، المجلد (٥١)، العدد (٤)، القاهرة.

(٨) تقرير التنمية البشرية (بالإنجليزية).

(٩)عبد العزيز بن علي الغريب، يونيو ١٩٩٨، "المتقاعدون ووقت الفراغ"، **المجلة العربية** ، (١٤)، الرياض.

(١٠)حسين جلال عثمان، مارس ١٩٩٧ ، "المعوقين تحت مظلة الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل" **الحياة الطبيعية حق للمعوق،** النشرة الدورية العدد(٤٩)، السنة ١٤ ، مارس ١٩٩٧ ، اتحاد هيئات رعاية الفئات الخاصة للمعوقين، القاهرة.

(١١)د/ ماهر الصواف، أكتوبر ١٩٩٧، "المشكلات التي تواجه الجمعيات الخيرية الأهلية ودور التدريب الإداري" ، **ندوة التقييم الاقتصادي والاجتماعي للجمعيات الخيرية الأهلية في جمهورية مصر العربية،** مركز صالح كامل الاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، القاهرة.

(١٢) أ. مصطفي دسوقي كسبة، ١٩٩٧، "مفهوم المجتمع المدني والمنظمات الغير حكومية — والمداخل المختلفة لها، **ندوة التقييم الاقتصادي *والاجتماعي للجمعيات الخيرية الأهلية في جمهورية مصر العربية*،**٢٩، ٣٠ أكتوبر ١٩٩٧، الجزء الأول، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر — القاهرة.

(١٣)د/ منير بشور، ١٩٩٥، "التنمية البشرية والقيم الاجتماعية والثقافية" **كراسات بحوث اقتصادية عربية** (٣) سلسلة التنمية البشرية (٢)، أغسطس ١٩٩٥

(١٤)نادر فرجاني، ديسمبر ١٩٩٤، **التنمية البشرية في مصر — رؤية بديلة،** المشكاة، **القاهرة.**

(١٥) يحيى حسن درويش، ٨٩ ، "تاريخ العمل الاجتماعي التطوعي في المجتمع المصري" **مؤتمر التنظيمات الأهلية العربية،** ٣١ أكتوبر — ٢ نوفمبر ٨٩ ، مركز البحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة.

(١٦)د/ زينب صالح الاشوح، ١٩٩٦ ،"محو الأمية الدينية بين المتعلمين المسلمين (منظور اقتصادي إسلامي تربوي مشترك)، **مؤتمر تطوير مناهج التربية الدينية الإسلامية في التعليم العام بالوطن العربي**، ٢٩ — ٣١ مايو ١٩٩٦، رابطة الجامعات الإسلامية، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي — جامعة الأزهر، المحور الخامس ، القاهرة.

(١٧)الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الخاصة بالقاهرة، ١٩٨٣، **تاريخ العمل الاجتماعي في مصر — تأصيل برامج الرعاية الاجتماعية**، المجلد الأول، القاهرة.

(١٨) الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الخاصة، ١٩٧٩ ، **تقويم الجمعيات والمؤسسات الخاصة على مستوى الجمهورية**، القاهرة.

(١٩)الإدارة العامة للجمعيات والاتحادات، ١٩٦٧ ، **بحث تقييم الجمعيات والمؤسسات الخاصة على مستوى الجمهورية**، وزارة الشئون الاجتماعية، القاهرة.

(٢٠)د/ محمد أحمد عبد الهادي ، ١٩٩٧، **تنمية المجتمع المحلي نموذج إسلامي ، دراسة تحليلية — لتجربة قرية تفهنا الأشراف بمحافظة الدقهلية**، الطبعة الأولى، القاهرة.

(٢١) د/ ليلى كرم الدين، مارس ١٩٩٧، "الاتجاهات الحديثة في رعاية الأطفال المعوقين" ، **الحياة الطبيعية حق للمعوقين**، النشرة الدورية العدد(٤٩)، السنة ١٤ ، اتحاد هيئات رعاية الفئات الخاصة والمعوقين.

(٢٢) د/ فاروق محمد صادق، يونية ١٩٩٧، "الحرمان والإثراء وعلاقتهما بالتخلف العقلي" **الحياة الطبيعية حق للمعوق**، النشرة الدورية، العدد(٥٠)، السنة ١٤ ، اتحاد هيئات رعاية الفئات الخاصة والمعوقين.

(٢٣) د/ رفعت السيد العوضي، مارس ٢٠٠٠ ، "جوانب اقتصادية واجتماعية للفساد الاقتصادي مع دراسة عن بعض صوره كما جاءت في القران الكريم" ، **ندوة الفساد الاقتصادي : الواقع المعاصر والعلاج الإسلامي**، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، القاهرة.

# إستراتيجيات التدخل الحكومي وآليات التنافسية الصناعية

## دروس مستفادة من تجربة شرق آسيا

دكتورة/ هدى خيري عوض(*)

### (١) مقدمة البحث:

ما من تجربة جذبت أنظار العالم بقدر ما جذبته تجربة دول جنوب شرق آسيا.. ففي غضون ثلاثة عقود انتقلت هذه الدول من قائمة أفقر دول العالم إلى تصنيفها باعتبارها دولاً صناعية..

ولأن النجاح تركز ولازال فى هذه المنطقة، فقد حاول العديد من الاقتصاديين سواء فى العالم المتقدم أو النامي الخروج بدروس من هذه التجربة بحيث يمكن محاكاتها فى بقية العالم النامي.. والواقع أن التجربة الآسيوية فريدة وغنية فى آن معاً بحيث يمكن أن يجد فيها كل باحث ما يبحث عنه سواء بسبب اختلاف المسار الذى اختطته كل دولة من دولة مجموعة شرق آسيا، و بسبب طبيعة السياسات التى صممتها ونفذتها كل دولة على حده.

هناك العديد من الاختلافات الهامة بين مجموعة دول شرق وجنوب شرق آسيا، فعلى سبيل المثال هناك بعض الدول التى اختارت درجة ملموسة من التدخل الحكومي، بينما لم تختار دول أخرى ذات النهج، لذا فالأمر المتفق عليه بين أغلب الدراسات حول التطور الاقتصادي فى المنطقة أنه ليس هناك

(*) مدرس بقسم الاقتصاد – كلية التجارة (بنات) جامعة الأزهر

نموذج شرق آسيوي واحد يكمن وراء النجاح الملحوظ الذى تحقق، ولا ينفى هذا أن هناك عدداً من السمات التى تجمع بين السياسات الاقتصادية فى هذه المنطقة وهو:

١- تمسكها بتوازن ملحوظ فى اقتصادها الكلى

٢- التطوير المستمر لمواردها البشرية

٣- انفتاحها على السوق الدولي.

وربما الأمر الأكثر أهمية وراء ذلك كله هو

٤- وجود درجة عالية من البرجماتية في عملية صنع السياسة الاقتصادية.

وتعنى هذه البرجماتية أمرين[1]:

الأول أن صنع السياسة الاقتصادية لا يتم وفقاً لالتزامات أيديولوجية محددة.

ثانيهما أنه يمكن الرجوع بسرعة عن بعض السياسات إذ ما ثبت فشلها فى تحقيق الهدف المأمول. وتبقى الحقيقة الواضحة من أن الأداء الاقتصادي فى شرق آسيا كان على مدى ربع قرن ١٩٦٥- ١٩٩٠ أفضل من نظيرة فى بقية الدول متوسطة ومنخفضة الدخل.

**(٢) مشكلة البحث:**

سبق الإشارة إلى أن الخبرات التنموية لدول شرق آسيا التى درج المراقبون على وصفها النمور الآسيوية، هى خبرات غنية بالدروس، وبعض هذه الدروس يدور حول مدى فاعلية إستراتيجيات التدخل الحكومي فى تحقيق تفوق الأداء الاقتصادي التنموي واستخدام شتى الطرق والوسائل لإيجاد مزايا

تنافسية للصناعات ذات القواعد الإنتاجية الضخمة والتى تمكنها من اقتحام الأسواق العالمية، وسوف يتناول البحث تلك النقاط.

**(٣) الهدف من البحث:**

إبراز أهمية دور الحكومة فى:

(١) وضع إستراتيجيات تنموية طويلة الأجل.

(٢) صنع وتدعيم آليات التنافسية الصناعية.

**(٤) منهجية البحث:**

اعتمد البحث على المنهج التحليلي لبيان مدى فاعلية إستراتيجيات التدخل الحكومي وذلك عن طريق:

١- تحليل الإطار العام لتخطيط تنموي طويل الأجل استمر تطبيقه طيلة ثلاثة عقود في كوريا.

٢- تحليل فاعلية إستراتيجيات التصنيع والتى ساهمت بشكل جوهري في خلق مزايا التنافسية الصناعية وهى سياسة الكفاية الذاتية (AIP) وسياسة التنافسية الصناعية (CIP).

٣- تحليل أهم آليات خلق وتدعيم مزايا التنافسية الصناعية من خلال الواقع التطبيقي.

**خطة البحث:**

تشمل الدراسة المباحث التالية:

المبحث الأول: النظرية الحديثة فى الاقتصاد الدولي ومفهوم التنافسية.

المبحث الثاني: السياسات الاقتصادية المبتكرة.

المبحث الثالث: فاعلية إستراتيجيات التصنيع: (AIP) و (CIP).

المبحث الرابع: آليات خلق المزايا التنافسية.

المبحث الخامس: بعض الدروس المستفادة.

# المبحث الأول
# النظرية الحديثة فى الاقتصاد الدولي
## مفهوم التنافسية

لم تعرف التنافسية الدولية بشكل جيد فى الأدب الاقتصادي، وفقاً للنظرية التقليدية للتجارة العالمية لم يكن هناك علاقة واضحة بين أسعار المنتج (أو العنصر) – بالدول التى تعمل فى إطار من الحماية–، وحجم أو تكوين المنتج من الصادرات فى ظل التجارة الحرة.

وعلى أية حال فإن "النظرية الحديثة فى الاقتصاد الدولي" تركز على أهمية الابتكار والتطوير وزيادة وفورات النطاق كمصادر للمزايا النسبية فى التجارة الدولية. هذه النظرية تدمج المنافسة الكاملة فى نظرية التجارة الدولية باعتبارها محرك أساسي تجاه المنتجات الفائقة التميز والسلع ذات الكثافة التكنولوجية مثل الطائرات العملاقة، المنتجات الإلكترونية، والمنتجات الدوائية الجديدة والتى تصدرها الدول الصناعية المتقدمة بشكل رئيسي(٢).

وقد ركز Michael Porter على الابتكار والتجديد والتخطيط الاستراتيجي ذو التوجه الخارجي.

وقد بين أن أحد أشكال التنافسية تتبلور من خلال التكامل فيما بين مجموعة من المنشآت الفردية واعتبره ركيزة أساسية للمزايا "التنافسية" للدول، وهو ما تطلق عليه النظرية حجر الزاوية للتنافسية وتكشف تلك الركيزة عن عدة محددات للمناخ التنافسي الذى تواجهه المنشآت تتمثل فى:

عنصر السوق وظروف الطلب ومدى أتساع وقوة الروابط التكاملية أى درجة التكامل. وكذا التكنولوجي الخاص بالمنشأة، المهارات والإستراتيجيات الإدارية، الإستراتيجية الحكومية وتتضمن: الإستراتيجيات المشجعة أو على الأقل تلك التى لا تحد من دخول المنشآت المنافسة وكذلك إستراتيجية تطوير المنتجات.

ويقصد بإستراتيجية تطوير المنتجات حزمة التعديلات التى تبادر الشركات الصناعية بإدخالها على المنتجات بحيث تتواءم مع الأهداف التسويقية طويلة الأجل وتشمل بذلك كل من التطورات التجارية والفنية وترتبط بكل من التنويع والتشكيل، وكذلك أستبعاد منتجات بعينها أو إضافة منتجات جديدة، وهذه الإستراتيجية من أكثر الإستراتيجيات أهمية بالنسبة للصناعات التحويلية والتى تضم العديد من المنتجات.

وفى ظل اتفاقية الجات والتكتلات الدولية سيكون لهذه الإستراتيجيات أهمية كبرى للدول النامية. ذلك أن القدرة على المنافسة الدولية على المدى الطويل هو مفهوم مخالف للمركز التنافسي المتمثل فى أداء التجارة الخارجية، وهو مفهوم يشير إلى إمكانيات الدول على تحقيق نمو على المدى الطويل وإقامة هياكل صناعية وتركيبة من الصادرات القادرة على النفاذ والتى تتواءم بصورة مرنه مع أنماط الطلب العالمي المتغير أى أنه مفهوم متعدد الأبعاد وتتداخل فيه عوامل عديدة تحدد الموقف التنافسي الحقيقي لوحدات الإنتاج الاقتصادية فى الدول المختلفة. وقد أعطت النظرية الحديثة للنمو أهمية كبرى لأنشطة البحث والتطوير (R&D) وتراكم المعرفة[٣].

وهذا النموذج الريادي للتنافسية والذي طرحه بورتر، معروف لدى الاقتصاديين الذين اتجهوا بالبحث والتمحيص إلى العديد من النظريات والتى تتعلق بمصادر المزايا التنافسية.

وعلى كل فإن المقصود بالتنافسية الدولية هو: قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات يمكنها التنافس بنجاح فى الأسواق العالمية، وتحقق فى نفس الوقت ارتفاعاً فى متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي لرعاياها، والحفاظ على هذا الارتفاع[٤].

وتجدر الإشارة إلى أن التنافسية بين الدول تختلف وبشكل جذري عن مثيلتها بين المنشآت فهى تتحقق للمنشأة الفردية من ربحية أو نفقات أقل لناتج أكثر كفاءة، فى حين أن تنافسية الدولة ينبغى أن ينظر إليها كإضافة للرفاهية العالمية وتحقيق أدنى تكلفة ممكنة لمنتجاتها بالمقارنة بالدول الأخرى.

وتنبثق الرؤيا الديناميكية للتنافسية من فهم وإدراك تام لمدى مسئولية السياسات الاقتصادية غير الملائمة وكذلك المؤسسات عن تراجع معدلات النمو وضعف الأداء التصديرى لبعض الدول الصناعية والدول الأقل نمواً.

وتدعى نظرية النمو والدراسات القياسية الحديثة لأنماط النمو عند مستويات مختلفة من الدخل أنه من المأمول والمتوقع للدول الأقل دخلاً والتى اعتمدت حال نشأتها على قواعد اقتصادية وتكنولوجية ضعيفة أن تحقق نمواً اقتصادياً سريعاً فى ظل سياسات ومناخ اقتصادى أكثر تحرراً يفوق الدول المتقدمة والتى تعمل بالفعل من مستويات مرتفعة من الكفاءة الاقتصادية والتكنولوجى الأحدث[٥]

وتتجه تلك الآراء إلى أن تحقيق هذا النمو المتصارع بالدول الأقل دخلاً ينبغي أن يصاحبه تدعيم التنافسية الدولية والتى ترتكز على ارتفاع مستوى الكفاءة اقتصادياً أو الإنتاجية الكلية للعوامل.

المنهج الذى تم استخدامه لقياس التنافسية الدولية تمت صياغته ليتفق فى محدداته الرئيسية مع منهج منتدى الاقتصاد العالمى، ويركز المنهج المستخدم على المؤسسات السياسية الاقتصادية بغرض تقييم القدرات التنافسية للدول المختلفة بالإضافة إلى العوامل التى أشارت إليها النظرية الحديثة للنمو الاقتصادى.

وبشكل أكثر تحديداً فقد تم استخلاص هذا المنهج من تقييم لبرنامج الإصلاح الاقتصادى لخمسة عشر دولة نامية بالشرق الأوسط وشمال أفريقيا وبشرق أوربا وأمريكا اللاتينية، وشرق آسيا.

ولعل أهم المحددات التى تم التوصل إليها تتمثل فى الآتى(٦).

١- النمو والاستقرار الاقتصادى الكلى.

٢- تطوير القطاع الخاص والبيئة التنظيمية.

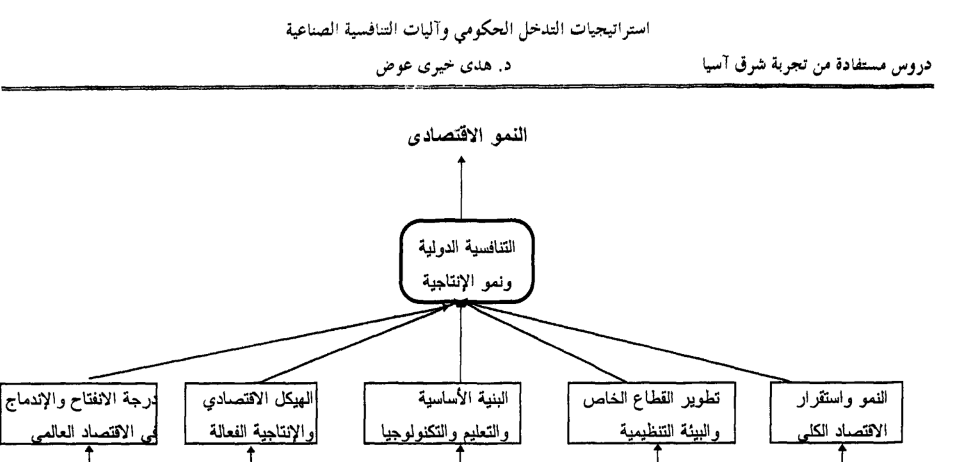
٣- البيئة الأساسية والتعليم والتكنولوجيا.

٤- الهيكل الاقتصادى والإنتاجية والكفاءة.

٥- درجة الانفتاح والاندماج فى الاقتصاد العالمى.

الشكل التالى يوضح إطار يشمل العلاقات بين كل من النمو الاقتصادى، ونمو الإنتاجية والتنافسية الدولية، وتتمثل مصادر التنافسية فى عدة عناصر منها استقرار الاقتصاد الكلى والتعليم والتكنولوجى ودرجة الانفتاح والاندماج فى الاقتصاد العالمى.

وتماثل العلاقات الديناميكية الأستاتيكية وهى الإنتاجية والتنافسية الدولية والتى يمكن أن تتحقق ليس فقط عن طريق التراكم التقليدى لنواتج العناصر ولكن أيضاً عن طريق التغير التكنولوجى والتجارة الدولية والتدفقات الدولية لعناصر الإنتاج. وبشكل أكثر تحديداً ففي ظل العولمة يمكن أن تزيد الدولة من معدلات نمو الإنتاجية والتنافسية الدولية، كما تتأثر وبخطى أسرع المزايا التنافسية المزمع تحقيقها من خلال المؤسسات والسياسات الاقتصادية التى تؤدى إلى التدفق الحر للسلع والموارد والمعلومات والتكنولوجى الأحدث سواء داخلياً وعبر الحدود الدولية.




شكل (١) : النمو الاقتصادى والتنافسية الدولية

The International Competitiveness of Egypt in Perspective, Op. Cit, p. 10.

# المبحث الثانى
# السياسات الاقتصادية المبتكرة

اتجهت حكومات بعض دول شرق آسيا – كوريا – إلى تطبيق سياسات اقتصادية مبتكرة وتعتمد على مجموعة من البرامج التنموية المخططة "خطط خمسية" تتواصل إلى سبع مراحل متتالية(٧):

**الخطة الخمسية الأولى (٦٢-١٩٦٦):**

اتجهت إلى تخفيض قيمة العملة لكى تعكس معدل صرف القيمة السوقية للعملة، مما أدى إلى الزيادة الحادة فى معدلات الفائدة فى المؤسسات البنكية ومن ثم حفز تدفق رأس المال الأجنبى لمواجهة عجز المدخرات المحلية.

وصياغة تلك السياسات والتى تبلورت من خلالها نظرية اقتصادية مستحدثة، تعتبر مسلكاً جديداً على السلطات الحكومية آنذاك، حيث حددت ووضعت منهجاً جديداً للتنمية الاقتصادية، وقد أتت هذه السياسات فى مجملها بنتائج ناجحة تستحق الإيضاح بشكل أكثر تفصيلاً:

**أولاً:** إصلاح نظم الصرف فى مايو ١٩٦٤، لا يشتمل هذا فقط على إعادة تقييم القيمة المتوسطة للعملة، ولكن أيضا وضع نظم موحدة لتقلبات معدلات الصرف، ومع ذلك فلم يقصد بهذا صياغة سياسة حرة للواردات حيث نجد أن الحكومة قد دعمت نظم حصص الواردات ووضعت نظم خاصة للتعريفة. وفرضت تعريفة مرتفعة على السلع الاستهلاكية أى أنها وضعت سياسات تدعم الصادرات وتحد من الواردات فى آن واحد.

**ثانياً:** ارتفعت معدلات الفائدة على حسابات الودائع الادخارية بشدة فى سبتمبر عام ١٩٦٥ من ١٥٪ إلى ٣٠٪، وارتفعت معدلات الإقراض تبعاً لزيادة المدخرات، وقد نتج عن ارتفاع كفاءة استخدام القروض وزيادة معدلات الفائدة زيادة كبيرة فى الودائع من المدخرات، ونقل أموال ضخمة من نظم التمويل غير المنظم إلى التمويل المنظم.

لم يكن الهدف من زيادة معدلات الفائدة زيادة المدخرات للتمويل فقط، ولكن أيضاً لتحسين كفاءة استخدام الأرصدة الدائنة للبنوك، لذا فقد ساهمت سياسة معدل الفائدة المرتفعة فى رفع كفاءة استخدام قروض البنوك واستقرار الأسعار.

إلا أن **الجانب السلبى يتمثل فى:** التدفق الهائل لراس المال الأجنبى، فقد زاد معدل الإقراض بشدة فى البنوك المحلية، تنافست المنشآت المحلية فى اقتراض رأس المال الأجنبى وبمعدلات متدنية للغاية.

لذا فإن صياغة سياسة لمعدل الفائدة ساهم فى زيادة معدل ودائع المدخرات واستقرار الأسعار، وكذلك زيادة تدفق رأس المال الأجنبى، هذه العوامل مجتمعة أدت إلى زيادة مستوى الاستثمار الممكن أو المحتمل. وبهذه الإجراءات فقد تخلت الحكومة عن سياسات مارستها خلال فترة الخمسينات.

وتدريجياً تساوت تلك المعدلات مع نظيرتها السائدة بالسوق، أى أن الحكومة قد طورت من عمل آليات الثمن فى سوق التمويل وسوق الصرف الأجنبى ووضعت الأساس لتصدير يؤدى إلى نمو اقتصادى.

**ثالثاً:** استدعى تدعيم تدفق رأس المال الأجنبى، توجهات حكومية للبنوك المحلية المملوكة للحكومة لضمان ما اقترضته المنشآت المحلية، وكذلك ضمان تحويل الأصل والفوائد للاستثمار الأجنبى المباشر.

كذلك فقد تم استبعاد التقدير الفعلى لراس المال الأجنبى المتدفق عند تقدير الموازنة العامة للخطة الخمسية الأولى.

وقد ثبت نجاح سياسة تشجيع المنشآت على اقتراض رأس المال الأجنبى، حيث تم تشغيل العمالة، وتصنيع وبيع منتجات كثيفة العمل وتحقيق عوائد مرتفعة للغاية.

كذلك فإن انخفاض معدلات الأجور الذى يرجع إلى العرض غير المحدود من العمالة، جعل تأسيس وإنشاء الصناعات كثيفة العمل خلال تلك الفترة ذو قيمة تنافسية فى السوق العالمى.

وفيما يتعلق بالتكنولوجى التى استخدمها المنظمون فقد كانت فى معظمها بسيطة ومعروفة جيداً. بالإضافة إلى تمام التأكد من الطلب على المنتجات فى السوق العالمى. حيث غالباً ما يتم تداول الصادرات فى أسواق منافسة كاملة، ويظل العنصر الحاكم للمُصدر هو تكلفة الإنتاج.

**وتعتمد الفلسفة الأساسية للخطة الخمسية الأولى على ما وضعته الحكومة من قواعد أساسية تمثل إستراتيجية لسياسة صناعية تنافسية يمكن تلخصيها فيما يلى:**

١- ضرورة أن تتم التنمية الاقتصادية من خلال قاعدة صناعية، تؤسس فى مراحلها الأولى على الصناعات الخفيفة لزيادة معدلات الدخل والتشغيل،

ويتم تأسيس الصناعات الثقيلة والكيماويات باعتبارها ركيزة أساسية للهيكل الصناعى القوى.

٢- تتم التنمية الاقتصادية تحت سيطرة الحكومة وفى إطار من الضوابط، وعلى الحكومة أن تحدد اتجاه السياسات وفقاً لتخطيط التنمية الاقتصادية وتتحقق أهدافها جزئياً من خلال آليات السوق ومن خلال الاستثمار والتمويل الحكومى.

وقد تستخدم الحكومة وسائل أخرى فضلاً عن آليات السوق لتدعيم الصناعات الأولية.

٣- على الرغم من امتلاك وإدارة القطاع الخاص للمنشآت الصناعية، إلا أن الحكومة يمكنها أن تستكمل وتستبدل القرارات الخاصة التى تتعلق بالاستثمارات الرئيسية.

٤- لكى يتم تمويل الاستثمارات اللازمة للتنمية الاقتصادية، ينبغى أن يؤدى تدفق رأس المال الأجنبى إلى زيادة معدلات التشغيل، وسداد الديون الخارجية، كما يأتى زيادة الصادرات على قمة الأولويات من بين مقومات السياسة الاقتصادية.

٥- يحتل النمو كأحد معايير التنمية الاقتصادية موضع الصدارة، يليه إصلاح التفاوت فى توزيع الدخل وعدم توازن التنمية الصناعية عبر المناطق الجغرافية، وذلك لما يستحقه معيار النمو من الاهتمام من بين تلك المشكلات، ومن الطبيعى والمقبول أن يصاحب معدلات النمو المرتفعة بعض التضخم.

هذه المبادئ الخمس المذكورة آنفاً تعد الإستراتيجية الأساسية التى تبنتها الحكومة خلال فترة الستينات والسبعينات. وقد لا تبدو تلك الإستراتيجيات

جديدة فى الوقت الراهن، إلا أن ما اشتملت عليه من ركائز تبدو مستحدثة على الفكر الاقتصادى حينئذ، ذلك أن التوجه إلى التصنيع كان هو الهدف النهائى للسياسات الاقتصادية للحكومات خلال هذين العقدين: سلطة الحكومة والديموقراطية كانا وجهين لعملة واحدة، ويدور الجدل ويرتكز حول البحث عن وسائل وطرق النفاذ إلى الخارج، وإيجاد أساليب مستحدثة يرتكز عليها التصنيع من خلال وضع تخطيط حكومى يؤكد على النمو كهدف أساسى.

## استراتيجيات التنمية المتواصلة:

### الخطة الخمسية الثانية (٦٧- ١٩٧١)

وفيما يتعلق بما تم إنجازه خلال هذه الخطة فهو يرتكز على ما تمخضت عنه الخطة الأولى من إنجازات من أهمها:

ما تحقق لمنشآت الصناعات الثقيلة والتى اعتمدت على رأس مال أجنبى فى الستينات من أرباح هائلة من منتجات الصناعات النمطية ذات التكنولوجى البسيط، الأمر الذى أدى بالتالى إلى زيادة تدفق رأس المال الأجنبى وبشكل سريع أثناء الخطة الثانية لذا فقد ساهم رأس المال الأجنبى بدور حيوى فى تأسيس عمليات التصنيع، وذلك لدرجة أن تنافس المنشآت الصناعية للحصول عليه أدى إلى حدوث فائض منه فى مناطق صناعية معينة وخسارة لبعض المنشآت.

ولعل أهم الخصائص المميزة لتلك الفترة هو نمو الصادرات وبمعدل سنوى متوسط مقوماً بالدولار يصل إلى حوالى ٣٥,٢٪ وهو الأمر الذى فاق كل التوقعات.

وفى عام ١٩٧١ آخر عام للخطة، كان حجم الصادرات الفعلى أكثر من ضعف المقادير المخططة. على كل فإن زيادة الصادرات كان مصحوباً بزيادة مقادير ضخمة فى الواردات نتج عنه تزايد العجز التجارى، وهو أمر يصعب تجنبه. لذا فإن معظم المنشآت الصناعية سواء العاملة فى مجال التصدير أو تصنيع بدائل الواردات كانت مشغولة فى عمليات تجميع الواردات من المنتجات النصف مصنعة حيث فاقت الواردات من السلع الوسيطة كثيراً السلع الاستهلاكية المصنعة.

وقد وجد أن التدخل الحكومى المباشر فى الاقتصاد القومى كان نادراً مع بداية الخطة الثانية. إلا أنه ومع بداية النهوض بالصناعات الثقيلة والكيماوية اتسع مجال التدخل الحكومى، وتم تأسيس عدد ضخم من البنوك الخاصة آنذاك كما ألزمت الحكومة البنوك التجارية إقراض المستثمرين فى الصناعات الثقيلة والكيماوية وبمقادير ضخمة.

الخطة الخمسية الثانية سارت على نفس نهج الإستراتيجية الأساسية للتنمية الموضوعة أثناء الخطة الخمسية الأولى، حيث لم يتغير المناخ المحلى والدولى بشكل جوهرى. وفيما يلى ملخص لأهم الإنجازات التى نتجت عن تطبيق تلك الإستراتيجية:

**التصنيع:**

كانت عملية التصنيع خلال تلك الفترة أسرع خطى من سابقتها، ويمكن قياس ذلك من مساهمته فى الناتج القومى الإجمالى، حيث انخفضت نسبة الصناعات الأولية من ٣٤,٨٪ إلى ٢٧,٢٪ بينما تزايدت النسبة من التعدين والتصنيع من ٢٠,٥٪ إلى ٢٢,٥٪.

**العمالة:**

تزايد العمالة فى قطاع الصناعة إلى حوالى ٦٠٪ أثناء تلك الفترة. شهدت هذه الفترة أيضاً التحول من الصناعات الخفيفة إلى الثقيلة والتى تشمل: صناعة البتروكيماويات، المعدنية والصلب، بينما تم استخدام الاستثمار الممكن والذى أمكن تقديره فى الصناعات الأساسية مثل الأسمنت والصلب والمخصبات.

**الضوابط التشريعية:**

أثناء تلك الخطة بُذل الكثير من الجهد لوضع ضوابط محددة لتكون عوامل مساعدة فى تحقيق تطوير كل من صناعة الآلات وصناعة السفن، الصناعات الكهربية والإلكترونية والصلب والبتروكيماويات وكذلك تطوير العديد من المناطق الحرة. تلك الجهود التشريعية قد أيدت دور الحكومة الذى تصاعد وحدد بوضوح سياسة التصنيع التى تهدف إلى تطوير الصناعات ذات الكثافة التكنولوجية ومرونات الدخل المرتفعة.

**الربحية:**

الربحية كمعيار لنجاح العديد من الشركات أعطى للحكومة الثقة فى قدرتها على مواصلة سياسة الاستثمار والتصنيع المخطط.

## إنشاء الصناعات الثقيلة والكيمائية:

### الخطة الخمسية الثالثة (١٩٧٢- ١٩٧٦)

فإن أهم ما تميزت به هو: ارتفاع معدلات نمو كل من الناتج القومى الإجمالى والصادرات، والذى يرجع فى معظمة إلى سياسة تأسيس الصناعات

الثقيلة والكيمائية وتطوير هيكل الصادرات فى خضم التغيرات السريعة للمناخ الاقتصادى على الصعيدين المحلى والعالمي. وفى ظل تلك المتغيرات السريعة فقد بات واضحاً أن كفاءة الاستثمار أخذت طريقها إلى الهبوط وعدم توازن الهيكل الاقتصادى قد بدأ فى التزايد.

ومن الجدير بالذكر أن الأهداف الثلاث الرئيسية المحددة من خلال الخطة الثانية وهى تطوير صناعات الزراعة والصيد، وزيادة الصادرات والنهوض بالصناعات الثقيلة والكيماوية، وقد أدى إنجاز الهدف الأول وبشكل سريع إلى إفساح المجال أمام تحقيق الهدفين التاليين:

**تمويل وإقامة الصناعات الثقيلة:**

تأتى الصناعات الثقيلة والكيماوية على قمة الأولويات وتهدف إلى تطوير الصناعات الست التالية: الصلب، البتروكيماويات، صناعة السفن، الآلات، المعدنية، الكهربائية، وبعض أهداف أخرى طويلة الأجل.

وكان دور الحكومة فى تدعيم النمو الاقتصادى قوياً خلال الخطة الثانية، فقد تبنت رفع شعار "النمو أولاً" أو "التصدير أولاً" والتى صبغت كافة القرارات الإستراتيجيات الحكومية. وحتى يمكن تمويل الاستثمار فى الصناعات الثقيلة والكيماوية وضعت الأموال المتاحة فى كافة المؤسسات البنكية وتشمل البنوك التجارية. تحت سيطرة ورقابة الحكومة.

وكان للاستثمار المحلى دور هام فى الإسراع بالصناعات الأساسية – الصناعات الثقيلة والكيماوية والصناعات التصديرية–، ومن ثم فقد آلت الأموال فى كافة المؤسسات البنكية رهن تحقيق هذا الغرض.

وبمعنى آخر .فإن نمط تحرك المدخرات كان يتم وفقاً لضوابط حكومية حيث نجد أن النفوذ الحكومى كان المحرك الرئيسى للاقتصاد القومى فى فترة تطوير الصناعات الثقيلة والكيمائية، والذى تخطى مداه أبعاد كثيرة منها أن أسعار بعض الأغذية قد وضعت تحت سيطرة الحكومة.

كذلك كانت الأجور تحت السيطرة الكاملة، وأصبح دور النقابات فى تحديد الأجور هشاً، وتحركات العمالة غير قانونية، حيث وضعت الحكومة القواعد المحددة لمعدلات الأجور والتى تعى مدى تأثيرها على مستوى الأسعار والصادرات، كما لم يُسمح للمنشآت بوضع أنصبة للمساهمين فالحكومة هى التى تقوم بوضع القواعد المحددة لتلك المعدلات وتأخذ بعين الاعتبار تأثيرها على معدلات سعر الفائدة وتطوير سوق رأس المال.

## إنجازات برنامج الصناعات الثقيلة والكيميائية:

**الخطة الخمسية الرابعة (٧٧- ١٩٨١):**

**النمو الاقتصادى والحد من تدفق رأس المال الأجنبى:**

كان هدف النمو الاقتصادى أثناء الخطة الرابعة هدفاً طموحاً بلغ ٩,٢٪ كمعدل نمو سنوى متوسط، وتهدف الخطة إلى:

الحد من تدفق راس المال الأجنبى، زيادة المدخرات المحلية، تحقيق حسابات جارية متوازنة، زيادة نسبة مساهمة الصناعات الثقيلة والكيمائية لتصل إلى ٥٠٪.

أثناء السنوات الأولى للخطة، تم توجيه قدر هائل من الاستثمارات لقطاع الصادرات والصناعات الثقيلة والكيمائية لدرجة أن ما تم استثماره أثناء الثلاث سنوات الأولى فاق بكثير ما خطط له للفترة بالكامل. وعلى العكس فإن

الاستثمارات فى الصناعات الخفيفة انخفضت إلى حد كبير، ومن الواضح أن كل الجهود تم تسخيرها للنهوض بالصناعات الثقيلة.

حدوث طفرة في الصادرات:

ومع وجود عجز بالحساب الجارى عام ١٩٧٧، إلا أن حدوث طفرة فى الصادرات أدى إلى ظهور الفائض كما أن ازدهار بناء الأعمال فى الشرق الأوسط، أدى إلى سرعة سداد الديون الخارجية.

وقد يصعب وضع أداء الصادرات والواردات فى مقارنة بين المخطط له والأداء الفعلى لما تم إنجازه.

وكما ذكرنا سابقاً، فإن أهداف التصدير كانت على قمة أولويات السياسية الاقتصادية فى السبعينات، ومع ذلك فإن ما تم إنجازه من أهداف يعكس مدى دقة التخطيط حيث تكاد تناظر مؤشرات الصادرات السنوية مؤشرات الخطة. حيث اعتقد المخططين أن نجاح الخطة الاقتصادية يعتمد على ما يتم إنجازه من أهداف التصدير ومن ثم فقد تم تدعيم الصادرات بكل الوسائل الممكنة، من ناحية أخرى، حظيت الواردات باهتمام أقل.

## استقرار الأسعار وإعادة الهيكلة الاقتصادية:

### الخطة الخمسية الخامسة (٨٢-١٩٨٦) وتهدف إلى تحقيق الآتى:

**العدالة الاجتماعية:**

، مع بداية الثمانينات انتهجت الحكومة نهجاً جديداً حيث نصبت العدالة الاجتماعية كشعار أثناء تلك الخطة لذا فقد اتجهت الحكومة إلى إحداث عدة

تغيرات ضرورية صاحبها جوانب سلبية ضئيلة، وفى نهاية السنة الأخيرة للخطة فاق معدل الادخار معدل الاستثمار.

## تناقص العجز في ميزان المدفوعات:

شهدت تلك الفترة أيضاً تناقص الفجوة بين الصادرات والواردات وتحقق فائض ضخم بالحساب الجارى، وبالرغم من أن الفائض يرجع إلى استقرار الأوضاع الاقتصادية أثناء تلك الفترة، إلا أن ارتفاع قيمة الين اليابانى فى سبتمبر ١٩٨٥ أعطى للصادرات الكورية ميزة تنافسية تفوق نظيرتها اليابانية فى السوق العالمى.

وقد انخفض العجز فى ميزان المدفوعات تدريجياً وما لبث أن أختفى تماماً وتحقق فائض يرجع جزئياً إلى ارتفاع قيمة الين اليابانى تجاه الدولار الأمريكى، لذا فقد استطاعت الحكومة تحقيق فوائض ضخمة بالحساب الجارى مع بداية عام ١٩٨٦ وقبل الأوان.

## استقرار مستوى الأسعار:

وتجدر الإشارة إلى التطورات الهامة التى حدثت وأدت إلى استقرار مستوى الأسعار مع بداية الفترة الحالية نتج عنها تناقص مؤشر أسعار الجملة تدريجياً من ٣٩٪ عام ١٩٨٠م إلى ٢٠,٤٪ عام ١٩٨١م، ثم إلى ٤,٦٪، ٠,٢٪، ٠,٧٪، ٠,٩٪ و -١,٥٪ خلال السنوات من ١٩٨٢م وحتى ١٩٨٦م على التوالى.

وقد صاحب الاتجاه العالمى لاستقرار الأسعار جهود حكومية ضخمة مكثفة لوضع سياسات نقدية ومالية محكمة ساهمت فى تحقيق هذا الاستقرار.

وتشمل تلك الجهود تجميد سعر شراء الأرز، والمنتجات الزراعية الأخرى، وتجميد أجور موظفى الحكومة، مما نتج عنه انخفاض الميل للاستهلاك الأمر الذى ساهم بشكل هام فى استقرار الأسعار[1].

من ناحية أخرى، فإن انكماش الإنفاق الحكومى أدى إلى بعض السلبيات التى نتجت عن عجز فى الإنفاق على رأس المال الاجتماعى والخدمات العامة وتشمل حماية البيئة والتعليم وغيره.

ومن الملاحظ أن الهيكل التنموى للخطة ينطوى على تراجع التدخل الحكومى من حيث الرقابة المباشرة والرقابة الصارمة على التخطيط الصناعى.

ويظل وجود الضوابط والقيود الحكومية كسياسة عامة لعملية التصنيع المخطط والتوجه الخارجى للتصدير.

**تطبيق سياسة التخصيصية:**

بُدأ فى تفضيل إطلاق الحريات للقطاع الخاص، ولعل أهم ما تم لتدعيم مبادرة القطاع الخاص كان خصخصة البنوك التجارية، فقد باعت الحكومة

---

1) كذلك فإن تجربة النمو الاقتصادى لسنغافورة تشير إلى اعتماد جهود التصنيع خلال فترة الستينيات على اختيار مجموعة من الصناعات التحويلية كثيفة العمل، للاستفادة من عنصر العمل الرخيص، وقد ظلت مستويات الأجور فى الستينيات والسبعينيات منخفضة بالمقارنة مع المستويات السائدة فى الدول الصناعية انخفاضاً كبيراً، وكان للسياسة المالية والنقدية المحافظة التى اتبعتها سنغافورا فى تلك الآونة دوراً هاماً فى ضبط معدلات التضخم وابقائها عند مستويات منخفضة تقل كثيراً عن المستويات الدولية. لمزيد من التفاصيل ينظر:
معهد التخطيط القومى، خبرات التنمية فى الدول الآسيوية حديثة التصنيع، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (٧٣)، ص ١٤٢.

نصيبها فى أرصدة البنوك عام ١٩٨١ و ١٩٨٣، وتم إلغاء العديد من التشريعات والضوابط الرقابية على البنوك وإدارتها.

كما تم إلغاء السيطرة الشاملة على إدارة أعمال البنوك، وتمت السيطرة والرقابة على البنوك من قبل البنك المركزى وفقاً لنظم الرقابة العامة.

كذلك سمح للسلطة التنفيذية بالبنوك أن تمارس سلطاتها دون الرجوع إلى السلطات الأعلى، وأكثر من هذا فإن اتفاقيات البنوك قد تم إلغاءها ، خاصة وأن ما أُخذ عليها هو التواطىء على وضع معدلات الفائدة على القروض والودائع ومعدلات المعاملات الأخرى، وذلك لتدعيم المنافسة الحرة بين البنوك.

ومن المفترض أن ما تم اتخاذه من إجراءات هو بداية الإدارة الذاتية للبنوك التجارية بشكل نهائى وفتح السوق المحلى لمصادر التمويل المختلفة، ومع ذلك فقد استمرت رقابة الحكومة على أعمال البنوك التجارية وبصفة خاصة على القروض الشخصية وأعمال المنشآت الخاسرة. ومن ثم فإن ما حققته الحكومات هو التخصيصية وليس التحررية.

ولعل أكثر التغيرات أهمية أثناء تلك الفترة كان على الصعيد العالمى، وما أدت إليه العولمة من ضغوط لتحرير السياسات التجارية الأمر الذى دعى حكومات تلك الدول إلى إعادة هيكلة الاقتصادات المحلية.

## الخطة الخمسية السادسة (٨٧- ١٩٩١):

**تهدف هذه الخطة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف:**

١- الحفاظ على سلامة ودقة السياسة المالية وفاعلية الإدارة النقدية وتحقيق استقرار الأجور وأسعار الصرف بحيث تستقر معدلات التضخم لأسعار الجملة والمستهلكين عند ٣٪ و ٥٪ على الترتيب.

٢- تجنب تحقيق زيادة حجم الصادرات بغرض تحقيق زيادة المكاسب من تفاوت معدلات الصرف، تحرر الواردات ينبغى أن يصاحبه فى ذات الوقت الحفاظ على فائض سنوى بالحساب الجارى.

٣- تحسين الهيكل الصناعى عن طريق تطوير مصادر الادخار وتحسين المهارات، والاهتمام بالصناعات كثيفة العمل مثل صناعة الآلات والمعدات الكهربائية والسيارات. تدعيم إحلال الواردات للأجزاء والمكونات الضرورية للصناعات الثقيلة والكيمائية. تشجيع نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة التوسع فى بحوث تطوير الاستثمار، تحقيق التوازن بين الطلب وعرض مصادر الطاقة.

٤- زيادة الاستثمارات فى الأقاليم الأقل نمواً ونقل الوظائف الحكومية إلى تلك المناطق، والاهتمام بتقديم الخدمات التعليمية والصحية، الخدمات المصرفية ، المعلومات والتكنولوجى الحدث.

وبذا يمكن الحد من التفاوت الإقليمى فى مستويات الدخل والنمو بين المناطق الريفية والحضرية، وقد تم إنشاء أكثر من مائة وخمسون منطقة صناعية زراعية بغرض تحسين مستوى المعيشة فى القرى الريفية ومناطق الصيد.

٥- وضع أسس لتحقيق الرفاهية الاجتماعية: تحسين إدارة العلاقات العمالية، والاهتمام بمعايير الرفاهية الاجتماعية وتحسين نوعية التعليم، وتطوير اقتصادات السوق - وإعادة تقييم دور الحكومة فى ظل إعادة الهيكلة.

أما عن الخطة الخمسية السابعة (٩٢-١٩٩٦): وقد تم صياغة أهدافها فى إطار ثلاثة استراتيجيات تتجه إلى:

تقوية وتدعيم التنافسية الصناعية، وتحقيق تنمية اقتصادية عادلة ومتوازنة، ملاحقة العولمة والتحررية من منطلق التكتل على المستوى الإقليمى.

وقد تم اختيار عشرة أهداف رئيسية لتحقيق تلك الإستراتيجيات.

**أولاً: تدعيم التنافسية الصناعية من خلال:**

١- إعادة تنظيم وتطوير العملية التعليمية (تنمية بشرية) لإعداد كوادر فنية متخصصة تواجه احتياجات المجتمع الصناعى.

٢- تدعيم التنمية التكنولوجية وعناصر الابتكار، وإسراع الخطى نحو عصر المعلومات.

٣- التوسع فى رأس المال الاجتماعى وتدعيم كفاءة نظم النقل.

٤- رفع كفاءة أداء إدارة الأعمال وتطوير الهيكل الصناعى عن طريق وضع نظم للإدارة المتخصصة، وكذلك تنشيط المنافسة بين المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

**ثانياً: لتحقيق تنمية اقتصادية عادلة ومتوازنة:**

٥- إعادة هيكلة التنمية الإقليمية للمناطق المختلفة للحاق بالسوق الزراعى المفتوح وبما يؤدى إلى رفع مستوى الدخول. وأيضاً تحقيق قدراً من التنمية المتوازنة بين الأقاليم.

٦- التخفيف من مشكلة الإسكان، وتطوير النظم للحد من المضاربة العقارية والاهتمام بحماية البيئة.

٧- تطوير نظم الضمان الاجتماعى بحيث تشمل الفلاحين والصيادين وكذلك الاهتمام بالتطور الثقافى والفنى.

**ثالثاً: ملاحقة العولمة والتحرر الاقتصادى:**

٨- تحرير نظم التمويل، ويشمل تنظيم معدلات الفائدة، معدلات الصرف، الاستثمار الأجنبى فى سوق رأس المال، وأيضاً الحد من التدخل الحكومى فى الأنشطة الاقتصادية للقطاع الخاص.

٩- التوسع فى تقديم الخدمات للسوق الزراعى المفتوح، وتدعيم التنافسية بين القطاعات، إعادة تنظيم القطاعات التى لم تلتزم بعد بقواعد التجارة الدولية حتى يمكنها ملاحقة حركة التحررية الدولية، وتدعيم الاستثمار الدولى للمنشآت المحلية.

١٠- وضع أسس للبناء القومى من خلال قوى التكتل الاقتصادى على المستوى الإقليمى.

وخلاصة الأمر أن مسار التنمية كان مساراً مخططاً من البداية وأن هذا الصرح التنموى الهائل تم تحقيقه وفق إستراتيجية محكمة وسياسات متطورة تخضع لنظام اقتصادى مخطط (خطط خمسية) يتم إعدادها وتعديلها وفقاً

لأولويات تحددها الحكومة وفى إطار من التقييم الشامل والمتابعة المستمرة لمستوى الأداء وفق معايير الكفاءة الاقتصادية.

أن محور ارتكاز عملية التنمية منذ البداية هو الاعتماد على التصنيع، الأمر الذى يستدعى أن نعرض فى جزء تالى أهم سياسات التصنيع التى انتهجتها دول شرق آسيا.

# المبحث الثالث

## فاعلية سياسات التصنيع: (AIP) و (CIP)

تؤثر السياسة الاقتصادية الكلية وبشكل جوهرى على التصنيع، يرجع الفكر النيوكلاسيكى نجاح دول شرق آسيا، الدول حديثة التصنيع Newly Industrializing Countries (NIEs) بقدرة الحكومات على السيطرة على المناخ الاقتصادى بوضع سياسات كلية وإصلاح" لأوضاع فشل الأسواق، وهو ما يطلق عليه تدخل الحكومة فى رأس المال الاجتماعى، وأنشطة البحث والتطوير (R & D) وحماية البيئة.

وقد أشادت كثير من الأبحاث الاقتصادية بالسياسات الصناعية المختارة بالاقتصاد الكورى ودورها العظيم فى تدعيم عملية التصنيع ومن الدراسات التى أبرزت هذا الأداء المتفوق.

(Jones And Sakong, 1980 Pack And West Ph al, 1986, Amsdend, 1989, Wade 1990, World Bank 1992)[8].

ذلك أن الحكومات وضعت من الأولويات والضوابط عند تخصيص رأس المال للصناعات التى تم اختيارها، وفى حالة اعتماد المنشآت الصناعية على القروض فقد خضعت لنظام رقابى صارم من قبل الحكومة.

وتشير مؤشرات الكفاءة والرفاهية إلى أن النمو الاقتصادى كان دافعاً قوياً لتزايد معدلات نمو الإنتاجية الكلية للعوامل (TFP) والتى كانت مسئولة عن نسبة كبيرة من الزيادة فى حجم الناتج. ويقرر كل من Syrquin و Chenery (١٩٨٩) على أن تراكم معدل النمو الاقتصادى خلال فترة التحول

الصناعى والذى انعكس على ارتفاع متوسط دخل الفرد من ٢٥٠ دولار إلى ٥٠٠٠ دولار بالأسعار الثابتة للدولار الأمريكى عام ١٩٨٠. يرجع إلى ثلاثة عوامل هامة:

ارتفاع معدل الاستثمار، وتراجع معدل النمو السكانى، وتزايد نمو الإنتاجية الكلية للعوامل (TFP)[٩]. ولعل أهم سياسات التصنيع التى كان لها دوراً هاماً فى خلق المزايا التنافسية تتضح لنا فيما يلى:

**سياسة الكفاية الذاتية (AIP)[١٠]**

اتفق Mohom (١٩٩٢) مع كل من Syrquin و Chenery (١٩٨٩) على أن عناصر نمو الهيكل الصناعى فى الدول الآسيوية خلال المراحل الأولى للتنمية ترتكز وبشكل جوهرى على ثلاثة سياسات تتعلق بكل من[١١]:

(١) الهيكل العام للاقتصاد الكلى ومن داخله تعمل سياسة (AIP).

(٢) وضع حد أدنى لحماية الصناعات الوليدة.

(٣) تأسيس الصناعات الثقيلة والكيمائية (HCI).

وقد واجهت السياسات الكلية صراعاً بين التقليدين والمؤيدين للسياسات الهيكلية، ومع بداية التسعينات تراجعت مشكلة الصراع القائم بين السياسة الاقتصادية الكلية الحذرة، والسياسات الهيكلية وذلك حيث تضاءلت أهمية سياسات (AIP). وعلى أية حال فهناك اتفاق أساسى يؤكد على ضرورة وجود ضوابط مالية واحتياج التجارة الخارجية لأكثر من سعر للصرف (لتسهيل عملية التصدير) وميزان تجارى فى حالة من التوازن (للحد من التضخم) وبهذه الطريقة يمكن للسياسة التقليدية أن تحد من مخاطر التضخم والكساد الاقتصادى وغيره.

ومن داخل هذا الإطار ناقش المؤيدين له الحد الأدنى للتدخل والذى يعوق من فاعلية السياسة الصناعية التنافسية (CIP)[١٢]. وهو ذلك الحد الذى يعوق من تحقيق أهداف قطاعات معينة ويترك لأسواق التمويل أسلوب تحديد نمط الاستثمار، وقد أعطى Mihin(١٩٨٨) الإطار العام لتلك السياسة الصناعية التنافسية وحدد لها أربعة مستويات للتدخل هى[١٣]:

المستوى العام، والقطاعى، وصناعة ما، ومنشأة بعينها. وبطبيعة الحال يؤثر الإطار العام للسياسة الصناعية على الاقتصاد الكلى ويتأتى عن خلق وإيجاد البيئة الملائمة والتى تساهم فى تدعيم الاستثمار وأنشطة (R&D) ومزيد من تخصيص الموارد.

وفيما يتعلق بالمستوى الثانى: فهى سياسات صناعية قطاعية على سبيل المثال أهداف قطاع الصناعة سواء لتدعيم الصادرات أو لإحلال الواردات، ويرى Rodrik (١٩٩٥) أن هذا المستوى من التدخل غير مقبول بالنسبة لتحفيز الاستثمار، وتحقيق سلامة التحول الصناعى السريع.

والخلاف الجوهرى بالنسبة لهذه السياسة يتعلق بالمستويين الثالث والرابع حيث يتعلق المستوى الثالث بسياسة صناعة معينة – أهداف الصناعات كل على حده– مثل صناعة الصلب أو تجميع السيارات. ويتعلق المستوى الرابع بسياسة منشأة صناعية ما ترتبط بأهداف قطاع صناعى معين.

وعلى كل فإن صانعو تلك السياسات يفضلون هذا الإطار من التدخل لأنه طبق خلال كل مراحل التحول الصناعى.

ولعل أهم الآثار السلبية التى يمكن أن تتأتى عن هذه السياسة هو بطىء وضعف الأداء الإنتاجى بالنسبة للصناعات الثقيلة والكيمائية، فضلاً عن إهمال القطاعات ذات المزايا النسبية مثل الزراعــة والصناعـات الخفيفــة، إلا أن استمرارية تلك السياسات قد تؤدى إلى تفاقم بعض المشكلات ويزداد تدمير قدرة قطاع التجارة على المنافسة والأداء الاقتصادى الكلى، وتتمثل أهم التأثيرات الكلية فى:

تقييم سعر الصرف بأعلى من قيمته الحقيقة، العجز الدائم والمزمن فى ميزان المدفوعات، تزايد حدة التفاوت فى توزيع الدخل وتدهور معدل النمو الاقتصادى.

**سياسة التنافسية الصناعية (CIP):**

تساهم هذه السياسة فى إيجاد علاقة إيجابية بين التغير الهيكلى والسياسة الكلية، تتمثل فى سوق مرنه تلغى المنافسة فى شكلها المؤقت.ويطلق عليها أحياناً السياسة المزدوجة، Ohno و Imaoke(١٩٨٧) حيث أنها من ناحيـة تدعم المنافسة بين القطاعات القائمة، الأمر الـذى يصاحب تشجيع القطاعات ذات المزايا النسبية ومن ناحية أخرى تحـدد هذه لسياسـة الإطـار العام الـذى يدفع ويدعم المعلومات التسويقية وكذا التكنولوجيا المحلية، وتقديم المسـاعدات المالية بتخفيض الضرائب وتكثيف التجارة وتقويـة دعـائم الصناعات الوليدة، إلا أن تلك السياسة تحتاج إلى مقومات تتمثل فى الآتى:

مساندة وتدعيــم مــن المنشـآت الصناعيــة المتميزة لتحقيق التطــور الاقتصادى والتكنولوجى بشكل سريع، وهذا يستلزم قـدرة تلك المنشآت على

المنافسة الدولية دون مساعدة، كما يتطلب قدرة المنشآت الأخرى على تعويض تزايد تكلفة المدخلات الناتجة من القطاعات التى تتمتع بالحماية.

كما تحتاج تلك السياسة إلى قدرة الصناعات الوليدة على تطويع التكنولوجيا محلياً مما يدعم إنتاجية تلك المشروعات الحديثة.

وقد أوضح Kuzents(١٩٨٨) أن هناك نموذج لنمو دول شرق آسيا وأهم المراحل المميزة لهذا النموذج هى[١٤].

**الأولى:** مرحلة إحلال الواردات الأولية.

**الثانية:** التصدير المؤدى إلى تصنيع كثيف العمالة.

**الثالثة:** قوى لدفع الصناعات الثقيلة والكميائية.

**الرابعة:** التحرر الاقتصادى.

وتشير دراسة آخرى[١٥] إلى أن تلك المراحل تتبع من سياسة إحلال الواردات الأولية فى مرحلة (أولى) تؤدى إلى سياسة تكثيف العمالة فى مرحلة (ثانية) ومنها إلى سياسات تصنيع كثيف رأس المال ثم إلى التصنيع كثيف العمالة الماهرة فى مرحلة (ثالثة) وأخيراً إلى القطاعات الصناعية ذات الكثافة البحثية.

وكلا السياستين (AIP) و (CIP) تسعى إلى مزيد من التنوع الصناعى المخطط، ولكن سياسة (AIP) تتخطى مرحلة تكثيف العمالة فى الصناعات التصديرية، لذا فإن الاتجاه إلى صناعات ) (HCI) ( يتضمن الوصول إلى الهدف بشكل سريع سابق لأوانه فى حين أن تتابع التنوع الصناعى الذى يتأتى من داخل صناعات (HCI) يتطلب الأختيار بين بديلين هما: الحافز وقوى الدفع.

الحافز السريع لصناعات (HCI) يدفع إلى تكامل قوى الدفع الخلفى والذى يتطلب تنمية وتطوير صناعات السلع الاستهلاكية ويتبعه السلع الوسطية ثم السلع الرأسمالية.

أما عن قوى الدفع القوية والتى تصل إلى الحد الأقصى لوفورات الحجم النابعة من داخل العديد من قطاعات (HCI) فإنها تتميز بطلب متكامل.

وقد أوضح كل من Murphy و al (١٩٨٩) أن مثل هذا التكامل الرأسي يؤدى إلى العديد من الفوائد الاقتصادية ومن أهمها:

أن تزامن العوائد الاقتصادية المصاحبة لقوى الدفع للعديد من القطاعات الصناعية من الأهمية بمكان حيث يزداد مستوى الرفاهية والدخل حتى فى حالة عدم ربحية أحد هذه القطاعات، ويحدث هذا فى حالة ارتفاع تكاليف الشحن، أو حيث توضع القيود التجارية بالأسواق العالمية. ولا شك أن عملية تنسيق الاستثمارات تعطى دفعة قوية لصناعات (HCI) الأمر الذى يقلل من تكاليف القروض والتعريفة الجمركية الناتج عن تدفق الكثير من الوفورات عبر القطاعات.

# المبحث الرابع

# آليات خلق المزايا التنافسية

## ١- إستراتيجية التدخل الانتقائى والأداء الديناميكى

فى دراسة للبنك الدولى تم استخدام نموذجين لدراسة الارتباط بين تصميم السياسة الاقتصادية ومدى التطور فى معدلات (TFP)(١٦):

**النموذج الأول**: يستند إلى نظرية النمو النيوكلاسيكية.. حيث تم استخدام دالة إنتاج كوب. دوجلاس.. وتبدو الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج (TFP) باعتبارها البواقى غير المفسرة لمعدل النمو الاقتصادى باعتباره دالة فى السياسات الحكومية وغيرها من المتغيرات.

**النموذج الثانى**: يستخدم فى الأدب النظرى الراهن حول نظرية النمو الداخلى، ويفترض هذا النموذج أن السياسات الحكومية تؤثر على النمو من خلال آثارها على المعدل الحقيقى للعائد على رأس المال الذى يؤثر بدوره على معدل الاستثمار والنمو الاقتصادى.

أوضحت هذه الدراسة أن هناك دليلاً على وجود علاقة إيجابية بين الإنفاق الحكومى ونمو الإنتاجية والناتج المحلى الإجمالى حتى مستوى معين من هذا الإنفاق، ثم بعد ذلك تصبح العلاقة سلبية.

ويبدو أن دول شرق آسيا تقع ضمن المدى الذى تعد فيه العلاقة بين هذين المتغيرين إيجابية، ومن الأمور التى يكاد يتفق عليها أغلب الباحثين للتجربة أن حكومات شرق آسيا تدخلت فى اقتصاداتها إلى حد كبير، ولكن بشكل أكثر كفاءة من التدخل الحكومى فى أى تجربة تنموية أخرى.

كما أن الدعائم الأساسية للنجاح الآسيوى فى هذا المجال يمكن تكرارها فى أى مكان آخر برغم أن هذه الدول تبدو كاستثناء حيث كان الإنفاق الحكومى محفزاً على النمو الاقتصادى.

تبين دراسة البنك الدولى أن الأداء المتفوق لشرق آسيا يرجع إلى: فاعلية التدخل الحكومى واستخدام أساليب سمحت باحتواء وخفض الانحراف فى نطاق الأسعار فى التجارة والاقتصاد الكلى إلى أقل حد ممكن.

وفى هذه الدراسة تم قياس مدى التدخل الحكومى بنسبة استثمارات القطاع العام إلى الناتج المحلى، الاستهلاك الحكومى، والإنفاق الكلى ومجالاته المختلفة، وتكوين رأس المال الثابت الإجمالى الحكومى.

وقد تبين أن نسبة استثمارات القطاع العام فى شرق آسيا مماثلة تقريباً لهذه الاستثمارات فى الدول النامية الآخرى، ولكن الاستهلاك الحكومى كان أقل فى شرق آسيا عنه فى الدول النامية الأخرى.

والسؤال المطروح هو: لماذا كان الإنفاق العام فى شرق آسيا أكثر إنتاجية؟

وتبين الدراسة أن خمسة من بلدان شرق آسيا الستة التى تتوافر عنها بيانات كان لديها إنفاق عام معتدل ومعدل أداء مرتفع، بينما كانت النتيجة هى أن سبعة بلدان فقط من بين ٣١ بلداً نامياً كان لديها إنفاق عام مماثل لشرق آسيا حققت أداء جيد. وهو الأمر الذى يوضح أن مستوى الأداء لا يعتمد على معدل الإنفاق وحده، ولكن على أسلوب التنفيذ وجودة أداء راس المال البشرى ونوع الأدوات المختارة للتدخل (دعم الأسعار أو منح ائتمان أو معاملة ضريبية أفضل).

وتبين الدراسة المذكورة أن أربعة بلدان هى الصين وتايوان وماليزيا، وسنغافورة – كان نصيب القطاع العام فى الاستثمار فيها أعلى من المتوسط فى بقية إقليم شرق آسيا ومقارنة بنحو ٥٨ بلد نام آخر.

وينطبق نفس الأمر على التجارة وسياسات الأسعار، فالأداء الأفضل لهذه البلدان لا يعنى أن حكوماتها كنت أقل تدخلا من غيرها من الحكومات فى العالم النامى، ولكن تدخلها كان باستمرار عرضه للاختبار بواسطة المنافسة الأجنبية بحيث أن التدخلات التى فشلت فى اجتياز هذا الاختبار إما تم تغييرها أو تم التخلى عنها كلية.

وتؤكد الدراسة على **أهمية الاستقرار الاقتصادى الكلى**، كما يتضح من معدلات التضخم وأسعار الفائدة وأسعار الصرف والسوق الموازية. كما يتضح الاستقرار فى شرق آسيا من عجز الحساب الجارى الذى ظل على مدى ربع قرن ١٩٦٥– ١٩٩٠) أقل من ١٪ من الناتج المحلى الإجمالى.

٢- تغيرات هيكلية تصديرية – صناعية:

لم يقتصر نجاح شرق آسيا على فعالية ونجاح سياسات التدخل الحكومى بل يعزو أيضاً إلى ما تم تطبيقه من إصلاحات اقتصادية خلال عقد الثمانينات، فقد انخفضت أسعار الصرف والقيود الجمركية بنسبة النصف فى المتوسط فى شرق آسيا بين عامى ٧٩– ١٩٩٠. وهو ما يزيد بشكل ملحوظ عن المتوسط المحقق فى بلدان نامية أخرى، وقد ركزت غالبية الأبحاث على تفسير نمو الناتج فى شرق آسيا باعتباره نتيجة لنمو الصادرات، وهو ما أدى إلى تأكيد هذه النتيجة على أنها الحقيقة وراء هذا النمو المعجز فى شرق آسيا. إلا أن هناك بعض الدراسات التى تعارض هذه النتيجة، إذ يؤكد براد فورد

(١٩٩٠) أن التفسير السائد لديناميكية شرق آسيا باعتباره محصلة لتحرير التجارة وإصلاح نظم الصرف لا يقدم إطاراً كافياً للإمساك بكافة العوامل ذات الأهمية فى هذا الشأن، فالأدب الاقتصادى منذ منتصف السبعينات وحتى منتصف الثمانينات ركز بشدة على أهمية التوجه الخارجى والاقتصاد المفتوح والمؤشرات المرتبطة بالإصلاحات التجارية على أنها مصدر النمو الديناميكى وهو ما يتفق مع نظرية النمو والتجارة النيوكلاسيكية. وعلى النقيض من ذلك فقد نظر للسياسات الداخلية التوجه المرتبطة بإحلال الواردات، والتدخل الحكومى على أنها سبب للانحرافات فى الأسعار وعدم الكفاءة ثم الركود. وما يعد منتقداً فى مثل هذه الثنائية إمكانية أن يكون التدخل الحكومى مصاحباً أو حتى محفزاً على التوجه للتصدير وبناء عليه فإن دراسة براد فورد ترى أن تجاهل هذا الاحتمال فى دراسة تجارب النمو الآسيوى قد أدى إلى نتائج غير صحيحة، إذ تتبع التفسيرات القائلة بأن النمو الشرق آسيوى فى مجال التجارة والتوجه للسوق من الأساس النظرى الذى يستند على أن تنافسية أسواق العمل ورأس المال والسلع كانت مسألة موضع تطبيق كامل فى شرق آسيا وتجادل هذه التفسيرات بأنه مع تحرير التجارة الذى أدى إلى تطابق الأسعار المحلية مع أسعار السوق العالمى بما يؤدى إلى كفاءة استخدام الموارد محلياً والشراء من الخارج بأثمان أقل وما يؤدى إليه من تحرير الكثير من الموارد وأتساع نطاق السوق لتحقيق عوائد أكبر من إنتاج السلع المحلية وكذلك إنتاج سلع قابلة للتصدير. ومن ثم فإن الإصلاحات التجارية وإصلاحات أسعار الصرف ستؤدى إلى خلق حوافز متكافئة لإنتاج سلع كان يتم استيرادها و/أو إنتاج سلع للتصدير وهو ما يقود فى ظروف السوق

التنافسية إلى خلق ديناميكية إيجابية فى مجال نمو التجارة والناتج. ويرى براد فورد بأن التفسير الآخر الممكن هو الذى يفترض عدم التوازن وظروف المنافسة غير الكاملة كانت سائدة فى أسواق العمل وراس المال والسلع ولم يكن دور السياسات الحكومية هو فقط العمل على مواجهة مثل هذه الصعاب ولكن أيضاً بالعمل على خلق حوافز تدفع عملية التصدير. وقد أدى ذلك غلى تشجيع الاستثمارات فى صناعة التصدير، الأمر الذى يمكن معه الاستفادة من وفورات النطاق والتطورات فى الإنتاجية بسبب اختيار إستراتيجيات ترتكز على زيادة الحصة فى السوق الخارجى والتشجيع على النمو الديناميكى فى الداخل.

والمحصلة النهائية هى أن زيادة الاستثمارات أدت إلى زيادة معدل التغيرات الهيكلية وتحسين عوائد (TFP) وفى النهاية تدعيم عملية النمو المستمر للصادرات على أساس من التوجه لزيادة العرض وهو الأمر الذى يتناقض مع القول بأن النمو يعزو للتصدير حيث أن الطلب الخارجى يحفز على النمو فى الداخل طالما كان نظام الأسعار سليماً.

وعلاوة على ما سبق فإن الإطار المحفز على التصدير قد أدى لتحقيق الارتقاء فى سلم التصنيع، وذلك بنقل هيكل الإنتاج والمستوى التكنولوجى لدرجة أعلى بالتحول من الصناعات كثيفة العمل إلى الصناعات كثيفة راس المال، وإلى الصناعات كثيفة المهارة والتكنولوجيا مع نضوج الإمكانات الوطنية[٢]، ومع الإسراع بهذه العملية بتقديم حوافز للتصدير تحققت مكاسب (TFP) مع التحول فى استخدام الموارد من القطاعات السابقة إلى القطاعات

(2) **Bridsall, N., and others, "Inequality and Growth Reconsidered"; Lessons from East Asia, The World Bank Economic Review, Vol. 9, No. 3, 1995.**

الجديدة لذا فإنه بالانحياز لسياسة تشجيع التصدير يكون الاقتصاد بوسعه أن يحرك الموارد إلى قطاعات ذات إنتاجية أعلى وإلى زيادة استخدام الموارد المتاحة بشكل أكثر كفاءة وقد وجه براد فورد علاقة بين المستوى الأعلى من التغير الهيكلى فى الصناعة وبين متوسط نمو القيمة المضافة فى الصناعة التحويلية. إذ باستخدام مؤشر التغير الهيكلى على أساس التحولات فى التركيب القطاعى للناتج فى ستة عشر قطاعاً من قطاعات الصناعات التحويلية بين عامى ١٩٦٥ و ١٩٨٠ وجد أن كوريا وسنغافورة والبرازيل حققت أعلى مستوى من التغير الهيكلى فى الصناعة. وفى تحليل لتجربة النمور الآسيوية الأربعة بالإضافة إلى اليابان وجد أن: الاستثمارات هى ذات قوة تفسيرية أكبر لمستوى النمو المتحقق بالمقارنة بالصادرات، وهو الأمر الذى أوضحه Brad Ford and Chakwin وقد تبين من هذا التحليل: أن مستوى الاستثمار وعملية التغير الهيكلى للتصنيع أدت إلى مستويات غير مسبوقة من نمو الناتج القومى الإجمالى، والقيمة المضافة فى الصناعات التحويلية والمستوى الإجمالى للصادرات، ويوضح ذلك أهمية التدخل الحكومى فى النشاط الاقتصادى بوضع مجموعة السياسات الاقتصادية التى أثمرت عن النجاح الإنمائى الذى تم إحرازه من خلال ثلاث آليات هامة: الأول هو تحقيق معدلات عالية جداً للاستثمار الإنتاجى، ساعدت بدورها فى تحقيق معدلات عالية لنقل التكنولوجيا الأحدث إلى مجالات الإنتاج. والثانى هو الاستثمار على نطاق أوسع مما كان سيحدث بقوى السوق وحدها فى عدد من القطاعات الصناعية المختارة بعناية من زاوية دورها فى النمو المستقبلى للاقتصاد. والثالث: هو دخول صناعات عديدة للمنافسة فى الأسواق

الخارجية، وهذه الآليات الثلاث تعتبر محصلة لمجموعة السياسات الاقتصادية التى اتبعت فى دول شرق آسيا(١٧).

**٣- تطبيق إستراتيجية الدولة قائدة السوق:**

يربط معظم الأدب الاقتصادى بين تدخل الدولة وبين سياسات الإحلال محل الواردات بينما تم ربط تحرير التجارة والاعتماد على قوى السوق بالنظم ذات التوجه الخارجي، وقد تركز الجدل حول تحرير التجارة فى مواجهة الحمائية وبين النظم التى تعمل وفقاً لآليات السوق فى مواجهة نظم التدخل المقيد فى النشاط الاقتصادى بينما لم يأخذ هذا الجدل فى الاعتبار احتمال أن يمضى التدخل الحكومى والتوجه للتصدير جنباً إلى جنب.

وفى دراسة لنانسى بارى تؤكد على نفس النتيجة(١٨).

حيث تذكر أن أحد عوامل نجاح هذه الدولة أنها كانت خالقة لمزاياها التنافسية ولم تتعامل معها باعتبارها معطى من السوق الدولى. حيث كانت الدولة "قائدة السوق"، ولم تكن مجرد تابع أو معضد له، وأنها وجهت عملية التصنيع إلى مسارات ما كانت لتتجه إليها لو تركت السوق حرة أو لو اكتفت الدولة بتعضيد اتجاهات السوق. وأن هذا التدخل قد تعمد خلق المزايا التنافسية توقعاً أو استشرافاً للمستقبل وتغير الدور النسبى للصناعات المختلفة فيه(١٩).

ومثل هذه الإستراتيجية التى تميز شرق آسيا عن الدول النامية الأخرى لا تختلف من حيث درجة التدخل الحكومى ولكن فى أهداف هذا لتدخل، ويؤكد "براد فورد" على أن جوهر عملية قيادة الاستثمارات للتغير الهيكلى هو خلق مسار ديناميكى للنمو، وهو ما يؤكد بدوره معدلات عالية من النمو فى الصادرات من منتجات الصناعات التحويلية، ولهذا فإن مصطلح التدخل

الانتقائى للحكومة بطرق تؤدى إلى تسهيل وتسريع عملية التصنيع تبدو نظرية ذات قوة تفسير منطقية فى شرح الأداء الديناميكى لاقتصاديات شرق آسيا، وهو ما يسمية براد فورد بنظرية التوجه للتغير الهيكلى ودفع الصادرات فى إطار التنمية الديناميكية وهى نظرية تمثل بديلاً عن نظرية الاقتصاد المفتوح والتحرر الاقتصادى الداخلى والتوجه للخارج. ويرشح هذا مفهوم "الدولة المحفزة" بدلاً من الدولة القوية وهو المفهوم الذى تكون بمقتضاه الدولة مرنة وقادرة على تعديل سياستها وملتزمة بتحقيق الكفاءة الإنتاجية على نطاق الاقتصاد ككل.

كذلك أطلق بعض الباحثين من خلال دراسة النشاط الحكومى الكورى "صنع القرار المتكامل" حيث أنها قامت بالعمل كوسيط مركزى تدخل للوساطة بين الفاعلين فى السوق، بدفع وتسهيل عملية تبادل المعلومات والتأكد من تنفيذ القرارات التى يتم التوصل إليها... وحيث تقوم الحكومة دائماً بالتشاور مع القطاع الخاص... ولذلك فإن عملية صنع القرار المتكامل تتميز بالمرونة حيث يتم وضع الأولويات على كافة المستويات ويتم مراجعتها بناء على عملية مراقبة دقيقة لمدى وضع هذه الأولويات موضع التنفيذ.

وقد أطلق "روبرت ويد" على هذه العملية "حكم أو توجيه السوق" وهو مفهوم يتعارض مع نظرية السوق الحرة، النيوكلاسيكية وكذلك مع نظرية "محاكاة السوق الحرة" لتفسير نجاح دول شرق آسيا حيث تنطلق نظرية محاكاة قوى السوق من التدخل الحكومى بغرض محاولة التوصل إلى أسعار قريبة من أسعار السوق عند غيابها بسبب عدم التوازن أم عدم توافر

المنافسة، وعلى العكس إذ يرى "ويد" أن حكم السوق يركز على تراكم رأس المال باعتباره القوى الرئيسية الدافعة للنمو.

ويفسر الأداء المتفوق لشرق آسيا باعتباره نتيجة لمستوى وتركيب الاستثمارات الذى يخالف ما ينتج من سياسات السوق الحر أو محاكاته، كما أنه مخالف فى نفس الوقت ما ينتج فى ظل سياسات الحكومة المتدخلة كما طبقت فى العديد من الدول النامية... ونتيجة للأداء المرتفع للاستثمار كانت القدرة على الإحلال السريع الآلات والتحول لاستخدام التكنولوجى الأحدث فى عملية الإنتاج والتصنيع.

وبعد استعراض بعض آليات التنافسية التى تم التوصل إليها. والتى تعتبر محصلة مجموعة من السياسات الاقتصادية التى رسمتها الحكومة ونفذتها باقتدار، باستخدام مجموعة متنوعة من الأدوات بغرض توجيه السوق فى المسار المرغوب، وبفضل وجود إطار تنظيمى من نوع خاص للدولة وللقطاع الخاص.

الدولة فى هذا النموذج التنموى أقرب إلى "الدولة التنموية" التى تتدخل للتأثير فى عمل السوق تدخلاً قوياً وانتقائياً فى نفس الوقت، فتدخلها لا يصل إلى درجة التحكم الكامل ولا السيطرة الشاملة من جهة، ولا يتوقف عند حدود التأثير غير المباشر أو العمومى "أى غير المتحيز قطاعياً أو صناعياً" فى تخصيص الموارد أو التخطيط التأشيرى من جهة أخرى[٢٠].

من ثم يمكن القول أن الحكومة قد تدخلت فى الاقتصاد بشكل مكثف وبطريقة مخططة من أجل تغيير نمط التجارة والهيكل الصناعى فى الاتجاه الذى جعله أكثر تنافسية.

# المبحث الخامس

## بعض الدروس المستفادة

تتمثل أهم الدروس المستفادة التى يمكن استخلاصها من تجربة النمور الآسيوية فى مجال التنمية والتصنيع، وفى هذا الصدد أبرزت دراسة حالة كوريا مايلى:

١- ليس هناك طريق وحيد للتنمية وعلى كل دولة أن تطور سياسة التنمية وأن تضع إستراتيجيات التصنيع بما يتواءم مع ظروف ووفرة الموارد بها وحجم سوقها المحلى وفرص دخولها الأسواق العالمية وغير ذلك من الاعتبارات.

٢- بدأت كوريا المسيرة التنموية على أساس إستراتيجية صناعية تنافسية تهدف إلى بناء قاعدة صناعية تؤسس فى مراحلها الأولى على الصناعات الخفيفة لزيادة معدلات الدخل والتشغيل، ثم تؤسس الصناعات الرئيسية وهى "الصناعات الثقيلة والكيمائية والتصديرية" مع تكريس كافة الجهود القومية لتكون تلك الصناعات حجر الأساس للبناء التنموى، وسواء انتقل مركز عملية التنمية إلى الإنتاج للتصدير فى المرحلة الأولى أو المرحلة الثانية للتصنيع فقد كان هو الهدف الأول للحكومة مع بداية الخطة الثانية أى بحلول عام ١٩٦٧.

٣- دور الدولة فى البناء التنموى الصناعى أساسى وهام، وإن اختلف مداه وتباينت طبيعته من دولة إلى أخرى ومن مرحلة أخرى، وقد اتضح لنا مدى أهمية دور الدولة فى رسم السياسات العامة التى تهيئ المناخ العام

للتنمية كذلك كان التدخل الحكومى بالوسائل الإدارية والكمية فى الأسواق من أجل إعادة تشكيل هيكل الأسعار لصالح عملية التصنيع.

٤- أن المراحل الأولى للتنمية تتطلب جرعة عالية من تدخل الحكومة وتتطلب نسبة عالية من وسائل التدخل المباشر، ولا يستقيم معها الاستسلام لآليات السوق ومنظومة الأسعار التى تشكلت تاريخياً فى إطار التخلف. أما فى المراحل التالية التى يكون الاقتصاد قد اكتسب فيها القدرة على الانطلاق فإن نسبة الوسائل المباشرة ودرجة المركزية فى التوجيه يمكن أن تتناقص لصالح إفساح مجال أكبر لقوى السوق التى أعيد تشكيلها بما يتلاءم مع التنمية، وليس بالضرورى بما يتلاءم مع هيكل الأسعار العالمية[٢١].

٥- استقرار السياسات والتخطيط لفترات طويلة، والجدية فى تنفيذ هذه السياسات فضلاً عن المرونة والقدرة السريعة على التكيف مع التغيرات المحلية والعالمية.

كذلك فإن اختيار وتحديد نمط التصنيع الأكثر ملائمة لبناء القواعد الإنتاجية، كل تلك الأمور قد ساهمت فى تحقيق النجاح.

٦- إن توفير مناخ يتسم بالاستقرار الاقتصادى من خلال سياسات صارمة لمكافحة التضخم وامتصاص السيولة الفائضة وسياسة سعر الفائدة الحقيقى الموجب كأداة لزيادة المدخرات المحلية حتى يمكن رفع معدلات الاستثمار وكذلك تدفق رأس المال الأجنبى المباشر، والدرس الهام هنا أن البناء التنموى يقضى بجانب توافر الموارد المادية توافر البيئة الملائمة لحسن استخدامها والسياسات المناسبة للاستثمار.

والآن بعدما استعرضنا لبعض الدروس المفيدة لمصر وغيرها من دول العالم الثالث التى ما زالت تقف عاجزة أمام تحديات التنمية، علينا أن نؤكد أن على هذه الدول أن تتمعن من جديد هذه الدروس وأن تستوعبها جيداً لتكون لها نبراساً يكشف الطرق عند تصميم سياسات التنمية والتى تؤدى إلى خلق آليات التنافسية الصناعية.

## الهوامش

١) مراد إبراهيم الدسوقى وآخرون، النمور الآسيوية تجارب فى هزيمة التخلف، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة، ١٩٩٥، صـ٢٣٧.

2) The International Competitiveness Of Egypt In Perspective Ministry Of Economy First Report 1998, Research Information Sector, P. 6-8.

3) Warren J. Keegan, Multinational Product Planning: Strategic Alternatives, Journal Of Marketing, 1989, P 50-58.

4) The International Competitiveness Of Egypt In Perspective Op. Cit, Ch.2.

٥) وهذه المقولة يصعب الجزم بمصداقيتها فى إطار منظومة الاقتصاد الرأسمالى العالمى التى تتحيز إلى التحرر الاقتصادى والاندماج العالمى. ذلك أن تجربة شرق آسيا وما حققته من نجاح اقتصادى يؤكد على أهمية دور الحكومات فى تحقيق التنمية، وهو ما سيتم عرضه بقدر من الإيضاح فى الأجزاء التالية.

٦) ينظر المرجع السابق.

7) CHO SOON, The Dynamics of Korean Economic Development, Institute for International Economics, Washington, DC, March 1994. pp. 32-59.

8) Atsuku Ueda, Measuring Distortion In Capital Allocation- The Case Of Hearvy And Chemical Industries In Korea, Journal Of Policy Modeling, Vol. 21, No. 4, July 1999.

9) Auty, R.M, Competitive Industrial Policy And Macro Performance, The Journal Of Development Studies, Vol. 33, No 4, April 1997, Pp. 445- 463.
10) Richard M. Auty, Industrial Policy Reform In Six Large Newly Industrialization Countries, World Development, Vol., 22, No.1 1994, Pp. 11-26.

١١) هو اختصار مصطلح Autarky Industrial policy وهى سياسة قومية للكفاية الذاتية وعدم الاعتماد على الواردات اتبعتها كثير من الدول النامية خلال فترة السبعينات، ينظر فى ذلك: المرجع السابق.

12) Competitive Industrial Policy.
13) Auty, R.M, Competitive Industrial Policy, Op. Cit, PP. 445- 463.
14) Auty, R.M. Competitive Ibid P. 447.
15) R. Auty, R.M. Competitive Industrid Policy And Macro-Performance: Has South Korea Out Performed Taiwan.

١٦) مراد إبراهيم الدسوقى، وآخرون، النمو الآسيوية، تجارب فى هزيمة التخلف مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، القاهرة، ١٩٩٥، صـ٢٣٨.
١٧) إبراهيم العيسوى، نموذج النمور الآسيوية، والبحث عن طرق للتنمية فى مصر، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، ١٩٩٤، صـ١٠٦.
١٨) مراد إبراهيم الدسوقى وآخرون، مرجع سبق ذكره، صـ٢٤٣.
١٩) إبراهيم العيسوى، نموذج النمور الآسيوية، مرجع سابق، صـ١٣٨.
٢٠) إبراهيم العيسوى، مرجع سبق ذكره، صـ١٣٧، ١٣٨.
٢١) إبراهيم العيسوى، مرجع سبق ذكره، صـ١٠٧- ١١٢.

# ملخص بحث

# النمو السكانى والتنمية الاقتصادية من منظور إسلامى

الدكتور/ فريد بشير طاهر(*)

تبنى المخططون فى العديد من الدول النامية سياسة الحد من النمو السكانى بزعمهم أن النمو السكانى يمثل أهم عائق للنمو الاقتصادى، وهى وجهة النظر التشاؤمية لأتباع المدرسة المالثيسية. وقد انتقدت الدراسة مزاعم مالثس بسبب ما تنطوى عليه من تجاهل للأثر الإيجابى الممكن للنمو السكانى على الناتج القومى الإجمالى، وساقت الدراسة فى مقدمتها العديد من الأدلة على عدم صحة المزاعم المالثيسية وذلك من واقع مقالات لمشاهير كتاب الاقتصاد الوضعى القدامى والمحدثين. وتناولت الدراسة كذلك وجهة نظر الإسلام فى مسألة النمو السكانى من واقع ما جاء فى القرآن الكريم من إشارات صريحة إلى حرمة الحد من النسل خشية الإملاق.

وفى الجزء الثانى من البحث تم استعراض الدراسات السابقة المؤيدة والمعارضة للعلاقة العكسية بين النمو السكانى والنمو الاقتصادى. وقد ختمت الدراسة هذا الجزء بدراسة لإسبستر استخدم فيها نموذج النمو لمدرسة القدامى المحدثين أو النيوكلاسيكيين والتى أثبتت بالاستعانة بالتصوير البيانى

(*) أستاذ مساعد الاقتصاد بكلية العلوم الإدارية والتخطيط – جامعة الملك فيصل – المملكة العربية السعودية.

أن لزيادة معدل النمو السكانى أثر إيجابى على النمو الاقتصادى، إلا أن من المحتمل أن يمر الاقتصاد بمرحلة انتقالية يعانى خلالها من بعض التدنى فى مستوى معيشة أفراد المجتمع نتيجة لنمو السكان بمعدل يفوق معدل نمو الدخل الحقيقى للفرد.

أما الجزء الثالث من البحث فقد قدم فيه الباحث نموذجاً رياضياً للتدليل على صحة استنتاجات النموذج البيانى لإسبستر، ثم تناول الباحث الأثر الإيجابى المحتمل للنمو السكانى على جانب الطلب الكلى فى الاقتصاد وما يمكن أن يترتب على ذلك من تحفيز للإنتاج وبالتالى النمو الاقتصادى فى المدى البعيد.

فى الجزء الرابع والأخير من البحث قدم الباحث أولا النصوص القرآنية الدالة على كفالة اللّه سبحانه وتعالى بأرزاق مخلوقاته، ثم ربط بين التوكل وضرورة الأخذ بالأسباب. كما أوضح كيف أن ما يتوهمه الفكر الاقتصادى الوضعى من محدودية الموارد وإمكانيات الإنتاج أمر يختلف تماما من وجهة نظر الفكر الاقتصادى الإسلامى المبنى على العقيدة السليمة والثقة بقدرة اللّه سبحانه وتعالى المطلقة. فالموارد محدودة فى علم البشر العاجز عن إدراك الغيب الذى لا يعلمه إلا اللّه، كما أن إمكانيات الإنتاج من الموارد المتاحة مرهونة بالقوانين الكونية التى لا يملك تغييرها إلا اللّه، وعبر الباحث عن كل ذلك بالبركات التى يمتن بها اللّه سبحانه على عباده المتقين فيغير ما بهم من ضعف إلى قوة ومن فقر إلى غنى ومن تخلف إلى تقدم، وقدم الباحث نموذجا رياضيا مبسطا للدالة الإسلامية للإنتاجية فجعلها لا تعتمد على التقدم التقنى وحده بل مقرونا بمباركة الرب سبحانه، وقد استعان الباحث فى هذا الجزء

بدالة كوب-دوجلاس واسعة الانتشار بين الاقتصاديين فقام بتحويرها لتستوعب البعد الإيمانى المفقود فى النظريات الوضعية للإنتاج، وعن طريق المعالجة الرياضية تمكنت الدراسة من إثبات أن فى إطار إسلامى صحيح فإن الزيادة فى معدل النمو السكانى سوف تؤدى إلى زيادة بمعدل أكبر فى الناتج القومى، وبمعنى آخر فقد تكفل اللّه سبحانه لعباده المؤمنين بضمان نمو نصيب الفرد من الناتج الحقيقى، وتحقق النمو الاقتصادى المستديم دون اعتبار لما يطرأ على معدل النمو السكانى من زيادة.

# Population Growth and Economic Development: An Islamic Perspective

**Farid Bashir Taher**(*)

## 1. INTRODUCTION

In the years following World War II, most of third world newly independent countries have chosen planning techniques as a mean to achieve economic development. Planners in densely populated countries adopted a variety of strategies aimed against high rates of population growth, allegedly a major barrier to economic development, an argument which received strong support from economic demographers who made use of the simple mathematical form of real per capita income (a common indicator of economic development) in which population appears in the denominator (EGDP/Population) to show that the greater the population size the smaller the real per capita income, and the lower the level of economic development. The weakness of this argument lies in its implicit assumption that

(*) **Associated Professor of Economics College of Management Sciences and Planning King Faisal University**

population growth has no effect on the level of real output, which is a an apparent fallacious thinking.

Contemporary economic demographers' views are but a modem formulation of Malthus' pessimistic theory, which states that while world population is increasing according to a geometric series, food production follows a numeric series as a result of decreasing returns to lands. According to his view, this situation will inevitably end up with massive famines and wars on food, Gelbach and Prichett (1995)[1].

Based on his deductions of the Malthus theory, David Ricardo (1815) was the first to formulate the now popular adverse relationship between population growth and economic development. In accordance with his view, population growth put upward pressures on food prices, which eventually leads to higher real wages and greater economic rent to landlords. In the industrial sector, higher demand for food and higher real wages restrain sales, increase costs, lower profits, and consequently reduce the

---

**(1) Dasgubta, Parth, "The Population Problem: Theory and Evidence", Journal of Economic Litterature, 33, Dec. 1995, pp. 1879-1902.**

rate of capital accumulation required for economic development, Dasgubta (1995)[1].

Malthus theory received strong criticism from Neoclassical philosophers and economists, the most prominent of whom being Henry George (1996)[2]. In his book "The Population Debate", he argues that poverty, unemployment, and illness among the poor, which characterized the British society at the time Malthus introduced his theory, may not be attributed to population growth, but to the inequality of income and wealth distribution, as well as to the greed and exploitation practices of landlords against their workers. George also believes that population growth should be thought of as an addition to the society's production capacity and potential well-being, and not just as an addition to its demand for food. Malthus' theory is also being criticized by contemporary economists

---

**(1) Gelbach, Jonah & lant H. prichett, "Does More of the Poor Means Less for the Poor: The Politics of Tagging". Policy Research Working Paper 1523. World Bank, 1995, Washington, D.C.**

**(2) George, Henery, "The Population Debate: The Development of Conflicting Theories up to 1990", Houghton Mifflin Co. Boston, pp.3075 1967.**

like Schults (1981)[1]. In his book he argues that diminishing returns, the major element in Malthus' theory, has lost its importance as a result of technical progress which introduced new substitutes for land (machineries, fertilizers, pesticides, and high yield varieties, etc.) allowing for higher productivity of labor and better standards of living for workers despite the unprecedented growth of world population. Therefore, as a general conclusion. one may say that the weakness of Malthus' Population Theory lies in its reliance on a short analytical horizon, during which technical progress tended to be stagnant, while population growth naturally takes place gradually over a relatively ',onger period of time. Moreover, a new trend among contemporary economists strongly emphasizes theoretically, the possible existence of a positive relationship between population growth and economic development. McNicoll (1984)[2], among others, went further by statistically testing the nature of this relationship.

---

**(1) Schultz, Paul T., "Economics of Poi)ulation" Addison Wesley Publication Co., Inc. pp. 1-30, 198 1.**

**(2) McNicoll. G., "Consequences of Rapid Population Growth: An Overview and Assessment", Population and Development Review, June 1984, pp. 177-240.**

In Islam problems of population growth are not supposed to exist. Allah, the creator, has guaranteed sustenance and forbade any means of preventing reproduction on plea of need as He says in The Quraan:

﴿وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ خَشْيَةَ إِمْلَاقٍ نَحْنُ نَرْزُقُهُمْ وَإِيَّاكُمْ إِنَّ قَتْلَهُمْ كَانَ خِطْئًا كَبِيرًا﴾(*).

> *"Kill not your children for fear of want: We shall provide, sustenance for them as well as for you verily the killing of them is a great sin"* (Al-Israa, verse 31)

So, from an Islamic point of view family planning is not a mean of maintaining family standard of living. At the micro level, the main stream of Muslim scholars like Shallan (1983)[1], advocate family planning in certain cases based on the individualistic conditions of a single family. Controlling number and time spacing of births are lawful whenever they endanger mother's or child's health, or lead to some family

---

(*) سورة الإسراء : الآية ٣١

(١) شعلان، محمود عبد السميع، "نظام الأسرة بين الإسلام والمسيحية"، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، ص ٦٧١-٧٠٢، ١٩٨٣

related problems. At the macro level, however, Ramadan (1976)[1] argues that Government policies and programs of birth control are forbidden in Islam. Allah the Al-Mighty has given the right to individual families to decide on this matter according to their own reasoning, for which are held accountable in the day of judgment.

Other writers as Amran (1988)[2] justify Government intervention in family planning on the basis of public interest. In conformity with Amran's argument, economic demographers in most Muslim nations have adopted population strategies mainly aimed at family planning through public intervention. From an Islamic standing, according to Ramadan, public intervention in family planning is refutable; birth control is only lawful if a minor portion of the society justiflably adopts it, but unlawful if it becomes a general attitude or a publicly mandated course of action.

---

(١) رمضان، محمد سعدي، "مسألة تحديد النسل: وقاية وعلاج"، الطبعة الثانية، مكتبة الفرابي للطباعة والنشر، دمشق، ص١٩-٣٧، ١٩٧٦

(٢) عمران، عبد الرحيم، "سكان العالم العربى حاضراً ومستقبلاً"، صندوق الأمم المتحدة للأنشطة السكانية، نيويورك، ص٦٥-٨٠، ١٩٨٨

The core issue of population growth and economic development has not received due concern by Muslim intellectuals. Therefore, the objective of this paper is to develop an Islamic theoretical framework for the relationship between population growth and economic development. In this regard, a new version of the Neoclassical Model of Economic Growth will be developed which conforms with the Islamic framework of the relationship.

The paper proceeds in the following manner: after this introduction, the second section presents a brief review of previous studies which provide evidence against Malthus' conclusions. The first part of the third section presents a mathematical elaboration on the Neoclassical Growth Model in order to verify some of the important findings of the previous studies. In the second part, the demand side effects of population growth on economic development will be examined. The major contribution of the paper is presented in the fourth section, where an Islamic perspective of the population issue is introduced, and a revised form of the Cobb-Douglas production function is incorporated into the

Neoclassical Growth Model and used in making predictions about the relationship between population growth and economic development.

## 2. REVIEW OF PREVIOUS STUDIES

Economists use per capita real consumption as a comprehensive measure of social welfare. Production possibilities on the other hand are bound with the society resource endowment and the level of technology at any specific point of time. as shown by the well known Production Possibility Curve (PPC). In the short-run when resource endowment is assumed constant, and no technical progress exists, if resources are fully and efficiently being used, the maximum production of good A is decided by the desired level of production of good B. The PPC then represents the locus of all possible combinations of maximum and efficient production of goods A and B. The socially optimal production mix is decided according to the social welfare function. In light of this simple analytical model, in the short-run one may conclude that Malthus' deductions are consistent with the state of the British economy at his time which was characterized by a stagnant level of technical progress prior to the industrial revolution.

and a limited endowment of resources prior to Britain's colonial wars and domination of resources in foreign lands. In the long-run, however, technical progress allowed for higher labor productivity in both agriculture and industry. Meanwhile, resource endowments were expanded as Britain's militant arms were stretched over more and more foreign lands. Had Malthus anticipated these breakthroughs, his theory would have yielded completely different and more realistic predictions. Demographers in their analysis provisionally tended to rely on a simple mathematical equality which shows the growth rate of per capita real income (an indicator of development) as a difference between the growth rate of real GNP and the population growth rate. From this simple mathematical relationship demographers have come to their naive conclusion that rapid population growth hinders economic growth and development. In fact, such a pessimistic view would only be acceptable if new participants in the labor force are assumed totally unproductive ($MPL = 0$). In other words, economic demographers claim that population growth has a positive effect on the demand side with no effect on the supply side of the economy, relying on the fact that labor productivity in densely populated traditional sectors is known to be close to

zero. However, population growth and low wages in traditional sectors may stimulate labor migration to modem sectors whereby labor productivity is expected to have some positive effect on the growth rate of GNP. This point will be the focus of discussion in the third section of the paper.

In a more logical and comprehensive mode of thinking, modem economists have emphasized the important role of analysing the effect of population growth on economic variables which are directly related to development. In their studies, due attention was focused on savings, as an important determinant of investment and development potentialities. Of these studies, Hagen (1986)[(1)] presented the following four popular arguments in support of the negative impact of population growth on savings:

1. Population growth leads to a higher dependency ratio and consequently more household consumption spending at the cost of less savings.
2. Population growth means more Government spending on public services specially education and health, so, less Government savings would be left for public investment.
3. Greater Government expenditure caused by population growth would finally call for either more taxes or more money supply, and both proved to have negative impacts on private savings.

(1) **Hagen, Henery E., "The Economics of Development", Fourth Edition, Irwin Inc., Illnios, pp. 345-349,1986.**

4. Population growth in the agriculture sector leads to lower wages, and lower savings as a result of diminishing returns to labor.

Despite the logical and economical appeal of these statements, Hagen was able to cite the following counter argument, in a corresponding order:

1. It is true that population growth means more consumption spending by families. However, less savings would only result if family income is assumed to be unchanged even when its labor force grows.
2. It is a weak argument to say that greater Government spending on health and education crowds out public investment. In fact these categories of Government spending become widely recognized as investment spending in human capital.
3. If the additional labor force generated by population growth is to be used productively, higher incomes and profits resulted would increase Government tax returns, thus no need would arise to collect more taxes or to increase the money supply.
4. Finally, diminishing returns to labor in agriculture cannot be assumed to take place in most developing countries, where land is not fully utilized and production management and techniques are still primitive.

Leibenstein (1975)[1] in his applied statistical study of the impact of family size on the saving rate, concluded that as the number of children within a family rises, the family reallocates its income among various budget items rather

---

**(1) Leibnestein, Harvey, "Population Growth and Savings", in Population Growth and Economic Development in the Third World", Edited by Icon Tabah, International Union for the Scientific Study of Population pp. 593-618, 1975.**

than reducing its savings, either because their savings are of a compulsory nature (contributions to a social security program) or do not have any savings to start with. The author also argues that a significant proportion of savings in developing countries is contributed by high income, small size families. Therefore, a population increase is not expected to have any significant impact on savings in such countries. In his conclusion he invited demographers to reevaluate their theories, and to test their alleged adverse relationship between population growth and economic development in light of real data made available today by various statistical surveys of different groups of developing and developed nations.

As noted in the above-mentioned review, it is evident that the relationship between population growth and economic growth is inconclusive, and can not provide any evidence in support of the validity of the Malthusian Theory. Other studies like Easterlin (1967)[1] tested the direct relationship between population growth and development using cross-country data. Easterlin collected data from 37

**(1) Easterlin, Richard A., "Effects of Population Growth on the Economic Development of Developing Countries" in the Journal of the American Academy of Political and Social Science, January 1967, pp. 106.**

developing countries. results are summarized in table (1-1) below, which shows the frequency distribution of countries according to real per capita income and the rate of population growth of each during the period (1957-1963). It was noted that, low per capita income countries have high population growth rates in some of the **cases,** and have low population growth rates in others. The same was true with regard to high per capita income which was observed in countries of low population growth in some cases and in countries of high population growth in other cases. Therefore, the author was not able to draw any definite results from these data. Thus, he concluded that, despite the popular belief that population growth hinders development, it is still difficult to empirically test the validity of this allegation.

## Table (1-1)

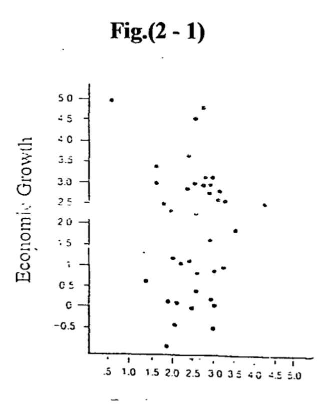
| Rate of Population Growth | Rate of Growth of Real Per Capita Income | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Total | Less than 0 | 0-0.9 | 1.0-1.9 | 2.0-2.9 | 3.0-3.9 | 4.0-4.9 | 5.0 and over |
| Total | 37 | 3 | 4 | 12 | 12 | 2 | 2 | 2 |
| 3.0 and over | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 3.0-3.4 | 10 | 0 | 2 | 3 | 4 | 0 | 1 | 0 |
| 2.5-2.9 | 11 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 2.0-2.4 | 8 | 0 | 0 | 3 | 5 | 0 | 0 | 0 |
| 1.5-1.9 | 4 | 1 | 0 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| Less than 1.5 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |

**Source: Easterlin (1967) p. 106.**

McNicoll lately conducted a study on a sample of 42 developing countries over the period (1960-1980) to test the relationship between population growth and economic development. cnicoll resented he following scatter diagram (figure 1-1) of the two variables upon which he concluded no significant correlation etween opulation rowth nd development.

Isbister (1975)[1] went a step further using data from 73 countries over the period (1963-1968), he regressed the growth rate of income on the rate of population growth and other variables. His empirical results show that population growth has no adverse effects on the growth rate of real per capita income.

**Fig.(2 - 1)**




**Population Growth**

(1) **Isbister, John, "Population Growth and the Productivity of Capital in the Third World," Edited by leon Tabah, International Union for the Scientific Study of Population, pp. 619-648, 1975.**

Other economists believe that population growth may play a positive role in stimulating economic growth. Hirchman (1958)[1] refu contradicting Neo-Malthusian argument that "development efforts in a fast growing society precisely resembles going up a descending escalator" by showing that going up a descending escalator might be the best exercise for one who wants to learn how to run. Hirschman then postulated two hypotheses to explain how population growth is expected to generate socioeconomic pressures which provide individuals with motives for improving their productivity.

The first hypothesis is derived from Dousenbury's Relative Income Theory, according to which families allocate their wealth in a way to maintain a previously experienced peak level of consumption. Therefore, in slack periods, families may either spend out of their savings or work more vigorously in order to maintain their previously attained standard of living. Along these lines, the author believes that

**(1) Hirschman, Albert A., "Develoipment and Society: the Dynamics of Economic Changes", Edited by David Novack and Robert Lanckachman, pp. 176-18251958.**

families should be expected to react in a similar way as they grow in size. Hirschman articulated that such a hypothesis would, at the most, present us with a society maintaining its per capita real income while population is growing, but it nevertheless does not provide for the economic growth issue.

The second hypothesis presented by Hirschman shows that period of recessions force families to struggle in order to keep up with their previously experienced standard of living as mentioned above. During a transitory period, working family members are expected to acquire better skills, means and techniques, which would eventually be reflected on higher labor productivity. One finds the author's belief quite plausible when compared with the realities of the rapidly growing administrative metropolitan areas where administrative skills and capabilities are developing so fast in order to cope with the growing demand for public goods and services.

Based on the two theories developed in his paper, the author concluded that the impact of population growth on economic development varies significantly according to the time horizon of the analysis. In an early stage following an

increase in population, per capita real income may decline temporarily. Meanwhile, labor productivity will improve under the pressure of growing family sizes. In the following stage, productivity improvement will permit the economy to regain its previously attained level of per capita real income, and may possibly surpass those levels so as to allow for the coexistence of economic development and population growth. In the long run, however, the economy would gain self-momentum and self inducement sufficient to grow steadily even at zero population growth, as the case in most developed countries.

Finally, Isbister in his elegant paper, which is of most relevance to the subject of our study, uses the Solow (1956)[1] Neoclassical Growth Model to test how population growth may affect economic growth. In this model, the economy is assumed to produce output Y using inputs labor L and capital K, according to a constant return to scale production function, showing diminishing marginal productivity of both L and K. The model also assumes that the society saves a fixed fraction s of its income Y, which

(1) **Solow, Robert M., "A contribution to the Theory of Economic Growth", Quarterly Journal of Economics, 1956, pp. 65-94.**

directly goes to net investment, assuming no depreciation. In mathematical form then:

$Y = F(k,L)$ (2-1)

$y = Y/L = F(K/L, 1) = f(K/L) = f(k)$ (2-2)

Output per man y is a function of capital per man k only. An equiproportional increase in both K and L will leave q unchanged because the production function exhibits constant returns to scale.

$sY = S = 1 = dK/dt$ (2-3)

At equilibrium, the economy will be growing along a steady state growth path, where all inputs (K,L) will be growing at the same rate as output Y because of the property of constant returns to scale. Therefore, the economic rate of growth may be written as follows:

$$rY = \frac{\overset{\circ}{Y}}{Y} = \frac{\overset{\circ}{K}}{K} = \frac{(dK/dt)}{Y} * \frac{Y}{K} = \frac{\frac{I}{Y}}{\frac{1}{v}} = \frac{s}{v} \quad (2\text{-}4)$$

Where v = K/Y capital output ratio. **So,** in long-run steady state growth path, output grows at the same rate as the labor force (population growth rate) and rY s/v = rL.

Isbister made use of the graph in figure (2-2) to elaborate this point. In this graph, OF is the production function, its concavity reflects the assumption of diminishing marginal productivity of both labor and capital. The slope of a ray from the origin to a point on OF equals Y/K or 1/v. When the economy grows along a steady state growth path, K and L will be growing at the same rate as Y so that K/L will be constant at its equilibrium level and the following equilibrium condition will hold:

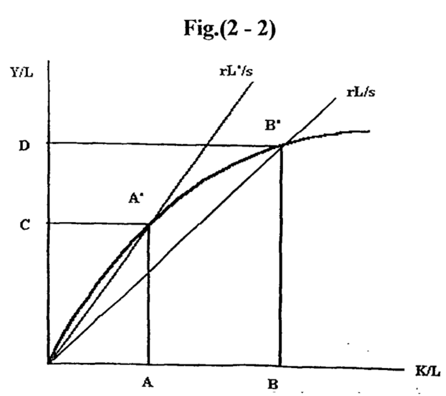
$rL = s/v = rY$ or $rL/s = 1/v$

The slope of the ray from the origin equals rL/s. Now, if the economy actually works at a point like (A), K/Y = OC/OA will be greater than it was at point B, i.e. s/v at A is greater than s/v at B. Then, if population is still growing at rate = rL, the economic growth rate rY = s/v at A would exceed the population growth rate rL, and K/L is not at its equilibrium level. The economy will keep growing until K/L reaches its equilibrium level at B once again.

Suppose now that population starts to grow at a faster rate rL'> rL. That means that, $rY = s/v < rL'$, i.e. the population growth rate exceeds the economic growth rate.

So K/L will fall and Y/L too. But because of diminishing marginal productivity, K/L will be falling faster than Y/L, consequently Y/K will rise causing s/v and rY to rise until it catches up with rL' on a new steady state growth path. Isbister thus concluded that an increase in the rate of population growth would stimulate the rate of economic growth, eventually both would grow at the same rate. In such a case, however, the economy may experience a temporary decline in per capita income over a transitory period, during which the economic growth rate lags behind the population growth rate.

**Fig.(2 - 2)**



The studies reviewed in this section show no evidence in favor of the Malthusian claim that population growth hinders economic development. On the contrary, the last two studies present a quite plausible theoretical framework of the possible role population growth may play in stimulating and improving economic growth and development.

The most important topics which have been left out of the studies reviewed are mainly, first; the impact of population growth on aggregate effective demand and its stimulus effect on investment and economic growth. Second; the Islamic perspective of the issue of population and development. These two topics are the focal points of the following section.

## 3. MATHEMATICAL ELABORATION

In the first part of this section, Isbister's deductions will be verified explicitly using a constant returns to scale Cobb-Douglas production function.

In the second part, the demand side effects of population growth on economic development will be investigated.

### 3.1 Verification of Isbister's Deductions

As a starting point, let us first derive the economic growth rate from the following implicit functional form:

$$Y = f(k,L) \qquad (3\text{-}1)$$

$$\frac{dY}{dt} = \frac{dY}{dK} * \frac{dK}{dt} + \frac{dY}{dL} * \frac{dL}{dt} \qquad (3.2)$$

$$\frac{\mathring{Y}}{Y} = \frac{dY}{dK} * \frac{\mathring{K}}{Y} + \frac{dY}{dL} * \frac{\mathring{L}}{Y} \qquad (3.3)$$

$$\frac{\mathring{Y}}{Y} = \frac{dY}{dK} * \frac{\mathring{K}}{Y} * \frac{K}{K} + \frac{dY}{dL} * \frac{\mathring{L}}{Y} * \frac{L}{L} \qquad (3.4)$$

$$rY = rK * eK + rL * eL \qquad (3\text{-}5)$$

Where rY, rK, and rL are the growth rate of output, capital and labor respectively. While, eK and eL are the elasticities of production with respect to capital and labor respectively. Equation (3-5) expresses the growth rate of output as a weighted sum of the rate of growth of inputs (K and L), weights being the elasticities of output with respect to inputs.

Taking the following Cobb-Douglas function as an example of constant returns to scale production function, then:

$$Y = K^{z} * L^{(1-z)} \qquad (3\text{-}6)$$

The growth rate of output may then be written as:

$$rY = zrK + (1 - z)rL \qquad (3\text{-}7)$$

In the long-run, when the economy grows along a steady state quilibrium path rK approaches rY then (3-7) may be rewritten as:

$rY = zrY + (1 - z)rL$ (3-8)

or $(1 - z)rY = (1 - z)rL$ Then $rY = rL$ (3-9)

If the population grows at a faster growth rate, per capita income i

run however, output ventually would be growing at the same rate as population and per apita income would restore its original level.

Therefore we conclude that while population growth may have some negative impact on economic development in the short-run, no such relation holds in the long-run.

### 3.2 The Demand Side Impact of Population Growth

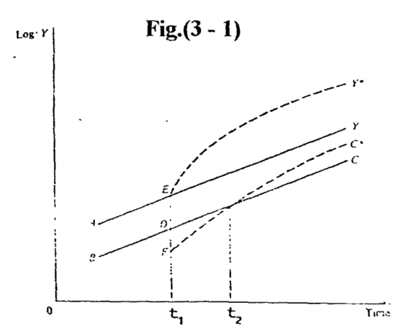
As was mentioned before, population growth should be viewed more comprehensively by considering its demand side impact on economic development. In what follows the paper will explore the possible impact of population growth on the aggregate demand, the saving rate and the resultant effects on economic growth. In fact, in light of Isbister's

findings and Hirschman's hypotheses, one may expect population growth to stimulate aggregate consumption demand, raising prices and generating high returns on capital. But because the MPS is normally greater for higher income groups, the aggregate rate of savings is expected to rise allowing for more investment and economic growth.

In terms of the Neoclassical Growth Model. a rise in the saving rate will cause the rate of capital accumulation to surpass that of population growth, and the capital labor ratio to rise. Thus income grows at a faster rate than labor, but because of the diminishing marginal productivity of capital, consecutive units of capital will generate smaller increments to income, until the growth rate of income again equals the rate of population growth. The economy is once again growing at a steady state growth path, with higher per capita income as a result of the faster growth rate of income caused by the demand side impacts of population growth. These results are illustrated in Figure (3-1) where the horizontal axis measures time and the vertical axis measures gross national product and aggregate consumption in logarithms.

Line AY epresents the equilibrium growth path of income, and AC shows the corresponding path of consumption. The slopes of these lines measure the growth rate of output and consumption respectively. The vertical gap between the two curves at any point of time is the logarithm of savings. Taking ti as a st oint where the economy is at a long-run equilibrium with rY = rL, the demand side impact comes into action when population growth stimulates aggregate demand yielding enough profits to the high income groups, so that the aggregate saving rate rises from sl (ED/$Dt_1$) to

**Fig.(3 - 1)**




$s_2$ (EF/$Ft_1$), causing capital to grow at a faster rate than that of labor, so K/L also starts to rise. Consequently income growth accelerates at a faster rate along EY* at the

beginning, to slow down later to its initial level as a result of diminishing returns to capital. In response to the increase in both income and the size of the population, aggregate consumption is going to grow at a faster rate, but still slower than the rate of growth of income resulting in a higher rate of saving. Eventually, income will again grow at a rate precisely corresponding to that of labor, however, the level of income now is higher, implying higher per capita income. In conclusion, one may claim that population growth not only has a positive impact on economic growth and development through its supply side effect, but it also has a positive stimulative demand side impact too.

## 4. ISLAMIC PERSPECTIVE OF THE PROBLEM

Like many other socioeconomic problems, the population issue has been approached and treated in most of the Muslim countries in just the same ways adopted in non-Muslim countries. Population strategies are most likely based on the erroneous inherited dogma that slower population growth is a prerequisite for sustained economic development. The problem here is the weak Iman (faith) that

preoccupies Muslims' hearts and minds in most Muslim societies today. They strongly believe in the Malthusian claim that population growth would inevitably lead to disastrous famines due to shortage of food, while as Muslims they are supposed to have a steady faith and belief in the words of Allah as revealed in Quraan where He the Almighty says:

﴿وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الأَرْضِ إِلا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ﴾(*)

> *"There is no moving creature on earth but its sustenance dependeth on Allah: He knoweth its resting place and its temporary deposit: All is in a clear Record"* (Hud, verse 6)

It is a pledge from Allah to grant sustenance for all mankind. A plausible pledge that is, for Allah has inexhaustible stocks of everything, allocated according to some rules stipulated by Him: as Allah says in Surat Al-Higr:

(*) سورة هود: الآية ٦

﴿وَإِنْ مِنْ شَيْءٍ إِلا عِنْدَنَا خَزَائِنُهُ وَمَا نُنَزِّلُهُ إِلا بِقَدَرٍ مَعْلُومٍ﴾(*)

*"And there is not a thing but its (sources and) treasures (Inexhaustible) are with Us; but We only send down thereof in due and ascertainable measures"* (Al-H"r,verse 21)

Man was permitted to make use of all the natural laws created and bestowed upon him by Allah so that he may exert efforts in his work and reap their fruits by Allah's will. Then eventhough, sustenance is guaranteed by Allah, it is attainable through a tremendously complicated set of causalities that require man to exert the due efforts.

Moreover, the foreseen scarcity of resources, alarming consequences of population growth, and similar allegations are only sensible within the currently available set of information and knowledge related to resource and technology. The short-run rigidity of these constraints, however, has proved to be more flexible in the long-run when enough time is allowed for new resources to be discovered and better technology to be adopted within the prevalent set of natural rules. In an Islamic perspective, one

(*) سورة الحجر : الآية ٢١

believes in a totally flexible constraint. Allah the Al Mighty, creator of the afore-mentioned natural rules is always willing to relax such rules and constraints for those who show true belief and fear of Him the Al Mighty, as He promisees them in Quraan saying:

﴿وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَى ءَامَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِمْ بَرَكَاتٍ مِنَ السَّمَاءِ وَالأَرْضِ وَلَكِنْ كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُمْ بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ﴾(*)

*"If the people of the towns had but believed and feared Allah, We should indeed have opened out to them (all Kinds of) blessings from heaven and earth but they rejected (the truth ), and We brought them to book for their misdeeds"*

(Al-A'raf, verse 96)

This is the spiritual dimension which was overlooked by non-Muslim scholars of population and development. Therefore, an appropriate Islamic approach to this issue is perhaps to examine the scientific factors which determine resource productivity.

(*) سورة الأعراف : الآية ٩٦

In the conventional economic theory, productivity is said to be improved whenever greater output is realized form the same amount of resources. This type of productivity depends entirely on the level of technology and know-how, that is:

$P = P(T) \quad P_1 > 0$ (4-1)

Where P represents productivity and T is the level of technology. Productivity here is positively related to the level of technology. The relationship is obviously a merely materialistic one, in which productivity relies totally on the success man may attain in utilizing available resources within the domain of natural laws controlling the existing system of biological, physiological, ecological and meteorological conditions. From an Islamic perspective, however, this materialistic formulation suffers the major drawback of not being able to reflect changes in the domain of natural laws according to the will of Allah, the creator. In fact, man is merely a particle in a magnificent mechanism that Allah has created and controlled every part in it. Man just provides the causes, but everything thereafter is accomplished within the

mechanism in accordance to Allah's will. A man and his wife, a farmer and his land, and even the clouds in the sky, all can create nothing on their own, they just provide causes for some sophisticated and totally divinely controlled process to be accomplished. In this regard, Allah says in the Holy Quraan:

﴿أَفَرَأَيْتُم مَا تُمْنُونَ۞ ءَأَنْتُمْ تَخْلُقُونَهُ أَمْ نَحْنُ الْخَالِقُونَ۞ نَحْنُ قَدَّرْنَا بَيْنَكُمُ الْمَوْتَ وَمَا نَحْنُ بِمَسْبُوقِينَ۞ عَلَى أَنْ نُبَدِّلَ أَمْثَالَكُمْ وَنُنْشِئَكُمْ فِي مَا لا تَعْلَمُونَ۞ وَلَقَدْ عَلِمْتُمُ النَّشْأَةَ الأُولَى فَلَوْلا تَذَكَّرُونَ۞ أَفَرَأَيْتُم مَا تَحْرُثُونَ۞ ءَأَنْتُمْ تَزْرَعُونَهُ أَمْ نَحْنُ الزَّارِعُونَ۞ لَوْ نَشَاءُ لَجَعَلْنَاهُ حُطَامًا فَظَلْتُمْ تَفَكَّهُونَ۞ إِنَّا لَمُغْرَمُونَ۞ بَلْ نَحْنُ مَحْرُومُونَ۞ أَفَرَأَيْتُمُ الْمَاءَ الَّذِي تَشْرَبُونَ۞ ءَأَنْتُمْ أَنْزَلْتُمُوهُ مِنَ الْمُزْنِ أَمْ نَحْنُ الْمُنْزِلُونَ۞ لَوْ نَشَاءُ جَعَلْنَاهُ أُجَاجًا فَلَوْلا تَشْكُرُونَ﴾(*)

*"Do ye then see? The (human seed) that ye emit" (v.58) "Is it ye who create it. or are we the Creators?"(v.59) "See ye the seed that ye sow in the ground?" (v.63) "is it ye that cause it to grow. or are We the cause" (v.64) "Were it Our Will, We could make it broke orts and ye would be left in wonderment" (v.65) " (Saying), We are indeed left with debts (for nothing)"(v.66) "Indeed We are deprived" (v.67) " See ye the*

(*) سورة الواقعة : الآيات ٥٨ – ٧٠

*water which ye drink?" (v.68) "Do ye bring it down (In rain) from the cloud or do We?" (v.69) "Were it our Will, We could make it saltish (and unpalatable) then why do ye not give hanks?" (v. 70).*

With regards to the above-mentioned discussion. Muslims ought to redefine productivity in a way that maintains consistency between science and their Holy Islamic beliefs. Thus, productivity may be redefined as a function of technical progress and whatever blessings Allah may bestow on the actions of his believers. In mathematical form then:

$p' = P'(T,B) \quad P'_1 > 0 \quad P'_2 > 0 \qquad (4\text{-}2)$

Where; P' is productivity Islamicly defined, T is technical progress, and B is blessings. The relationship between resource productivity and each of T and B is positive. In other words, an Islamic society which attains all possible technical means and which observes and fears Allah in all aspects of life, may receive blessings from Allah that raise resource productivity to unprecedented levels.

The effect of blessing may be measured mathematically by the difference between productivity changes in Muslim

and non-Muslim societies. By taking the total derivative of equation (4-1) of resource productivity in a non-Muslim society we get:

$$dP' = \frac{\partial P}{\partial T} * dT \qquad (4\text{-}3)$$

and by totally differentiating equation (4-2) of resource productivity in a Muslim society we get:

$$dP' = \frac{\partial P'}{\partial T} * dT + \frac{\partial P'}{\partial B} * dB \qquad (4\text{-}4)$$

For two societies of the same level of technology (P/T=P'/T), resource productivity may be greater in the Muslim society by a positive amount equal to the difference between (4-4) & (4-3) P/B * dB, or the change in productivity due to Allah blessings.

In light of the above discussion, the previously mentioned Cobb-Douglas production function may now be rewritten in a revised form that reflects the Islamic dimension as:

$$Y = e^{(T+B)t} * K^{z} * L^{(1-z)} \qquad (4\text{-}5)$$

Where $e^{(T+B)t}$, the new term in the function, is nothing but the familiar shifter of the Neoclassical Model revised in

such a way so as to react not only to technical progress (T) but also to blessings from Allah. In logarithmic form (4-5) may be written as:

$$d\ln Y = (T + B) + z\, d\ln K + (1 - z)\, d\ln L \qquad (4\text{-}6)$$

or

$$rY = (T + B) + zrK + (1 - z)rL \qquad (4\text{-}7)$$

In the long-run when the economy grows along a steady state growth path, the growth rate of output approaches the growth rate of capital and (4-6) may be written as:

$$rY = rL + \frac{(T + B)}{(1 - z)} \qquad (4\text{-}8)$$

Therefore, in a non-Muslim society where B = 0, i.e., receiving no blessing at all, in such a case, per capita income can only be improved through a sustained technical progress over time. In the absence of any technical progress population growth will lead to an equal growth in output with no improvement in per capita income, as indicated above.

By contrast, in a Muslim society economic development expressed as an improvement in per capita real income, besides being an outcome of man's efforts in attaining technical progress, is primarily associated with and conditioned upon the blessing Allah the Al Mighty may bestows upon his believers.

In such blessed societies. population growth would then stimulate growth of output at an even faster rate, the difference being equal to $(T + B)/(1 - z)$ which is a positive amount.

So far, the idea as presented is quite simple and acceptable, however, it is essential at this stage to develop some theoretical relationship between population and other newly introduced variables in the model. As a starting point, blessings are related positively to both faith and fearness of Allah and the population size, or:

$$B = B(F,N) \quad B_1 > 0, B_2 > 0 \qquad (4\text{-}9)$$

Where B is the amount of blessings, F is faith and fear of Allah and N is the size of population. The first derivative of B with respect to F is expected to be positive in accordance with the above-mentioned verse 96 of AL-Aaraf sura. B. is also expected to be positively related to N, i.e., blessings are bestowed in proportion to the size of the population, as Allah says:

﴿مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾(*)

*"Wlhoever works righteousness, man or woman, and has Faith, verily to him will We give a life*

(*) سورة النحل : الآية ٩٧.

*that is good and pure, and We will bestow on such their reward according to the best of thier actions"* (An-Nahl, verse 97)

One may deduce from this verse, Allah's blessings are conferred on people each according to his own deeds, implying that under certain levels of faith, the larger the size of the society the greater are the blessings it may receive. Given this Islamic theoretical setting, we may turn now to its practical implications. Using the Neoclassical Growth Model with the Cobb-Douglas production in its revised form (equation 4-5), and by taking the derivative of rY in equation (4-8) with respect to rL (the same as rN the population growth rate) we get:

$$\frac{\partial Ry}{\partial Rl} = 1 + \frac{(T+B)}{(1-z)} * \frac{\partial B}{\partial rL} \qquad (4\text{-}10)$$

Since (T+B) > 0,z < 1, and $\frac{\partial B}{\partial L} > 0$ then the left hand side of (4-10) is greater than one, which means that an increase in the growth rate of population would lead to a greater increase in the growth rate of output, i.e., rY will always be ahead of rL. In other words, Allah has guaranteed societies of good believers an ever growing per capita real

income, and a sustained economic development regardless of its rate of population growth.

In conclusion, one may say that Islam does not encourage people to take a passive attitude toward the issue of population growth and economic development. Instead, Islam urges Muslim societies to strive at making an efficient use of their endowed resources by acquiring the most developed science and technology base. Meanwhile, Muslim societies are urged to maintain their eligibility for Allah's blessings through a steady faith, fear of Allah and a true repentance to Allah.

# العوامل ذات الصلة بالمنتج وتأثيرها على قرار اختيار قناة التوزيع

## دراسة تطبيقية على الشركات والمؤسسات الصناعية بمدينة العاشر من رمضان بجمهورية مصر العربية

دكتور/ حسين موسى راغب(*)

## الجزء الأول: الدراسة النظرية

### أولاً: تمهيد

**١- مشكلة البحث وأهميته:**

أصبحت عملية اختيار وإدارة القناة التسويقية تمثل جزءاً أساسياً من استراتيجية التسويق الشاملة للشركة، نظراً لأنها تمثل المدخل الأساسى لكسب الميزة التنافسية والحفاظ على التفوق التنافسى[٤٧]. ولقد دفعت الأهمية الاستراتيجية لقنوات التسويق العديد من الباحثين إلى التركيز فى بحوثهم التسويقية على مشكلات هيكل القناة إلى تقديم المقترحات والتوجيهات الإرشادية لمعالجة هذه المشكلات وحلها وكذا التركيز على قضية إدارة قنوات التسويق وذلك من حيث الصراع بين أعضاء القناة، والقوة، الرقابة، وتطوير وتنمية العلاقات فيما بينها[١٧،١٨،٢٠،٢١،٢٨،٤٦].

إلا أن مشكلة اختيار القناة - من جانب آخر - لم تحظ بالاهتمام أو الانتباه الكافى فى الأدبيات المتاحة ذات الصلة بحيث يمكننا القول بعدم كفاية البحوث فى هذا الصدد رغم تزايد أهمية واستراتيجية قرار اختيار القناة

(*) أستاذ إدارة الأعمال المساعد - كلية التجارة - جامعة الأزهر

التسويقية. فالمنظمة، بعد أن تتخذ هـذا القرار، لا تستطيع بسهولة تغييره أو تعديله بشكل جوهرى[٤٩]، وإذا ما كان هذا الاختيار غير مناسب، فإن من المتوقع نشوب نزاعات مدمرة واتخاذ تصرفات وعمليات غير فعالة تدفع أعضاء القناة التسويقية إلى الاستخدام الخاطئ والمخل للقوة والنفوذ. وتأسيساً على هذا، يحاول هذا البحث فحص ودراسة العوامل المؤثرة فى قرار اختيار -أو التى تعوق اختيار- القناة، سواء القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة بشكل عام، أم نوع القناة المباشرة والتسويق المباشر بوجه خاص، مما يساعد على إثراء المعرفة المتاحة فى هـذا الصدد ويساهم فى زياد الوعى والفهم لقضية اختيار قنوات التسويق.

كما أن أهمية هذا البحث تتضح من محاولته فحص ودراسة بعض الرؤى الاستراتيجية والإدارية ذات الصلة باستخدام التسويق المباشر كقناة للتوزيع مما يُميز هذا البحث عن معظم الأبحاث الحالية المتاحة فى الأدبيات ذات الصلة بالتسويق المباشر والتى تميل معظمها إلى التركيز على الجانب الترويجى وإغفال الجانب التوزيعى - متنامى الأهمية- لهذا المدخل[٣٧]. فلقد أوضحت بعض الدراسات تزايد أهمية صناعة البريد المباشر - أحد أهم أشكال التسويق المباشر- حيث حققت ١٢ بليون جنيه إسترلينى وهو ما يعادل الدخل بالمملكة المتحدة كل عام[٤٨]؛ كما يُمثل البريد المباشر ما نسبته ٩٠٪ من إجمالى ما أنفقته الشركات خارجياً على التسويق مباشرة للأسر وإلى العملاء التجاريين[٢٧]. ولقد ارتفع الانفاق عليه فى نفس الفترة إلى ٢٠٠٪[٤٨]، وزاد حجمه -طبقاً لخدمات البريد المباشر- بنسبة ١٢٥٪ فيما بين عام ١٩٨٣ و١٩٩٣. ومن المحتمل زيادته خلال السنوات العشر القادمة. ورغم

تنامى هذا المدخل فإنه لم يصاحبه تنام وزيادة مماثلة فى فهم رجال التسويق لهذا المدخل ومعرفتهم به[٩، ١٠، ٣٥، ٣٨].

ولعل مما يؤكد أهمية هذا البحث أجراؤه فى مصر، إحدى الدول النامية، حيث يندر إجراء مثل هذه البحوث فى كثير من الدول النامية[١٨، ٢٩، ٤٥]؛ حيث يصعب تعميم نتائج الدراسات التى تجرى فى بيئة وثقافة معينة على بيئات وثقافات أخرى[٤٧]؛ وبالتالى فإن هذا البحث يُعد استجابة للذين ينادون بضرورة إجراء المزيد من البحوث فى هذا المجال فى دول أخرى تأخذ بالحسبان الواقع الثقافى لكل دولة[١٦].

**٢- أهداف البحث:**

يحاول هذا البحث، فى ضوء تحديد مشكلة البحث وأهميته، تحقيق الأهداف التالية:

* تحديد أهم العوامل ذات الصلة بالمنتج ذات التأثير فى قرار الشركات الصناعية استخدام القناة المباشرة بشكل عام وطرق التسويق المباشر بشكل خاص.

* تحديد اتجاهات الشركات الصناعية نحو استخدام التسويق المباشر - باعتباره قناة توزيع مباشر - مقابل استخدام طرق التوزيع المباشر الأخرى كرجال البيع العاملين لدى الشركة و(أو) منافذ البيع أو العرض المملوكة للشركة.

* تحديد أهم المعوقات التى تقف أمام مديرى الشركات والمؤسسات الصناعية عند اختيارهم للتسويق المباشر ووضع الحلول للتقليل من تأثيرها.

### ٣- محددات البحث:

لعل من أهم محددات هذا البحث هو قصر الدراسة التطبيقية على عينة صغيرة نسبياً تضم بعض الشركات والمؤسسات الصناعية وبعض الشركات الخدمية دون أخذ عينة كبيرة شاملة وواسعة تتضمن قطاعات واسعة من هذه الشركات حتى يمكن تعميم نتائج الدراسة. إلا أن الظروف المادية وعامل الوقت المتاح أمام الباحث حالا دون تحقيق ذلك حيث أن هذا يتطلب تعاون فريق من الباحثين تتوافر لديه مصادر التمويل الكافية لتغطية نفقات البحث وكذا يتاح لديه الوقت الكافى لإجراء البحث على الوجه الأكمل، كما يقتصر البحث على دراسة وتحليل بعض أهم العوامل المؤثرة فى قرار استخدام قناة التوزيع بشكل عام - مباشر/ غير مباشر، وقرار استخدام التسويق المباشر بشكل خاص ونقصد بذلك العوامل ذات الصلة بالمنتج. فمن دراسة وفحص الأدبيات الإدارية ذات الصلة يتضح أن هناك ثلاثة مجموعات من العوامل المؤثرة فى قرار اختيار القناة وهى العوامل ذات الصلة بالمنتج، والعوامل ذات الصلة بالسوق، والعوامل ذات الصلة بالشركة، ولقد حالت نفس الظروف السابقة دون قيام الباحث بتوسيع نطاق الدراسة لتضم المجموعتين الأخريين فى بحث واحد آملاً أن يقوم - فى المستقبل- بإجراء دراسة تضم هذه المجموعات.

### ٤- منهج البحث وتنظيمه[١٣]:

تنقسم الدراسة فى هذا البحث إلى قسمين أساسيين يختص الأول منهما بالجانب النظرى حيث يتضمن تمهيداً للدراسة يتم فيها تحديد مشكلة وأهمية البحث، وأهدافه، ومحدداته ومنهجه وتنظيمه -وهو ما تم إنجازه حتى الآن-،

ويلى ذلك فحص ومراجعة الأدبيات الإدارية ذات الصلة بموضوع البحث، ثم بناء تصميم البحث وذلك بوضع فروض البحث، وتحديد مجتمع وعينة البحث، والأساليب المستخدمة فى جمع البيانات الميدانية، والأساليب الاحصائية لاختبار المعنوية وأخيراً تطوير قائمة الاستقصاء.

أما الجزء الثانى فيهتم بالجانب التطبيقى حيث يتم فيه تحليل بيانات الدراسة الميدانية ونتائجها ثم عرض لأهم النتائج والتوصيات وينتهى هذا الجزء بتحديد المراجع العلمية:

## ثانياً: فحص ومراجعة أدبيات الإدارة ذات الصلة بعوامل المنتج المؤثرة على قرار اختيار قناة التوزيع

تعتبر استراتيجية المنتج القرار التسويقى المبدئى المؤثر بشكل جوهرى على استراتيجية المنشأة[٤١]؛ كما تمثل خصائص المنتهج وسماته المحددات الرئيسية لاستراتيجية التوزيع[١٤]؛ وفى تسلسل عملية تصميم الاستراتيجية التسويقية للمنظمة، فإن استراتيجية التوزيع تلى عادة تطوير استراتيجية المنتج[١٢].

وتأسيساً على خلفيات نظرية وعملية مختلفة حددت أدبيات قناة التسويق وجود علاقات واضحة بين العوامل ذات الصلة بالمنتج وبين اختيار قناة التسويق. وفيما يلى عرض لأهم هذه العوامل كما توضحها نتيجة فحص وعرض الدراسات السابقة.

**١- درجة تعقيد المنتج:**

عرفت المنتجات المعقدة بأنها "المنتجات التى تتطلب تجهيزات أو خدمات خاصة لتسويقها[٣٠]؛ أو هى "التى تتطلب نوعاً خاصاً من التدريب والمعلومات والتركيب وخدمات مكثفة بعد البيع[٨، ٤٢]؛ ولقد قدم كل من Anderson[٣]، و Belich and Dubinsky[٨]، وLilien[٣٠]، وand Majudar Ramaswamy[٣٢] و Rangan et al[٤٢] أدلة عملية على أن هناك علاقة موجبة بين تعقيد المنتج ومباشرية القناة، حيث يتزايد استخدام القنوات المباشرة كلما تزايدت درجة تعقيد المنتج.

فتعقيد المنتج يتطلب – من المنظور الاستراتيجى – اتصالاً مباشراً مع العملاء لشرح وتوضيح الخصائص الفنية للمنتج، ولتقديم النصح والإرشادات اللازمة للاستخدام والتركيب، وتزويد العميل بالمعلومات والدعم التقنى، وهى مهام لا يستطيع كثير من الموزعين أداءها بكفاءة وفعالية[٣٠، ٣٣، ٣٦].

ومن منظور تكلفة التعامل، يستلزم تعقيد المنتج تدريباً خاصاً (أصولاً بشرية) وأصولاً مادية لتسويق المنتج، وتؤدى هذه الصفة المميزة إلى ارتفاع تكاليف التعامل لو استخدم الوسطاء مما يدفع الشركة -بالتالى- إلى الاعتماد بشكل أكبر على القنوات المباشرة[١٩، ٢٥]. كما أن المنشآت التى تتعامل فى منتجات معقدة غالباً ما تهتم بقضية الرقابة، ويؤدى استخدام الوسطاء إلى زيادة تعرض المنشأة إلى السلوك الانتهازى من قبلهم[٨]، لذا، تميل الشركات إلى استخدام القنوات المباشرة كى تخفض من تكلفة التعامل وكى تحمى نفسها من الانتهازية المحتملة.

وفيما يتعلق بتحديد نوع القناة المباشرة، هى المرحلة الثانية من قرار اختيار القناة، فقد أوضحت بعض الدراسات صعوبة تسويق المنتج المعقد عن طريق التسويق المباشر نظراً لحاجة هذا النوع من المنتجات إلى قدر أكبر من المعلومات، وإلى مساعدة خاصة كالتركيب والصيانة المستمرة، وشرح طريقة الاستخدام، وإلى كثير من الخدمات التى يصعب شرحها عن طريق البريد المباشر وبالتالى يكون بيع هذا المنتج عن طريق الطلب المباشر أقل فعالية ويتطلب اتصالاً مباشراً وجهاً لوجه[٤٤]، فرغم تفضيل القنوات المباشرة لتوزيع هذا النوع من المنتجات إلا أن التسويق المباشر قد لا يكون مفضلاً بل يفضل استخدام رجال البيع لأنهم أكثر قدرة على أداء الخدمات التى يتطلبها هذا النوع من المنتجات.

ولقد أكدت الدراسة التى أجراها Hinckley and Alexandar[٢٢] النتيجة التى توصل إليها Settle and McCrokle[٤٤]، فى دراستهما حيث أوضحا أنه كلما كان المنتج أكثر تعقيداً كلما كان البيع عن طريق التسويق المباشر أكثر صعوبة، كما أنه كلما أصبح المنتج معقداً بالنسبة للعميل كلما قل احتمال استخدام التسويق المباشر كقناة للتوزيع. إلا أن من المفيد فى هذا الصدد الإشارة إلى نتائج الدراسة التى أجراها Jackson[٢٣]، على عينة من منتجى المنتجات الصناعية حيث توصلت الدراسة إلى أن أثر تعقيد المنتج -كأحد العوامل المؤثرة على قرار اختيار القناة المباشرة- غير معنوى.

### ٢- قيمة وحدة المنتج:

تمثل قيمة وحدة المنتج (أو تكلفة شرائها) أحد العوامل ذات الصلة بالمنتج التى لها تأثير على قرار اختيار قناة التسويق. فلقد أوضحت العديد من

الدراسات فى هذا الصدد أن هناك احتمالاً أكبر لاستخدام القنوات المباشرة لتوزيع المنتجات ذات الوحدات مرتفعة القيمة[١٤، ٣٠، ٣٢، ٤٢]. فالمنتجات (أو الخدمات) ذات الوحدات مرتفعة القيمة تتطلب اتخاذ قرار مالى هام واستثماراً جيداً لكل من المنشأة والعميل[١١]، وتنطوى على مخاطر مالية جوهرية[٤٠]، ومن المتوقع أن تتطلب جهوداً شرائية كبيرة[٣٦]، لذا يفضل العملاء –عادة– القناة المباشرة للاتصال والتفاوض مباشرة مع الصانع؛ إضافة إلى أن القناة المباشرة سوف تمكن المنشأة من التعرف على عملائها المهمين[٣٢]؛ ولأن تكلفة الرقابة وضبط التفاوض بين العميل الأخير والوسيط ستكون مكلفة للصانع إن هو فوّض هذه الوظيفة إلى الوسيط[١٤]؛ كما أن المخاطر المالية المرتبطة بقرار الشراء سوف تتزايد بتزايد قيمة وحدة المنتج[٤٠]، لذا فإن مشترى المنتجات ذات الوحدات عالية القيمة يتطلعون إلى أسلوب البيع الآمن لتقليل المخاطر المحتملة. ولقد أصبح الاتصال المباشر وجها لوجه مع المموّن والفحص المادى للمنتج من الأمور الهامة جداً لخفض المخاطر المتوقعة[٢٤].

وفيما يتعلق بنوع القناة المباشرة، فإن القنوات المباشرة الأخرى غير التسويق المباشر – كرجال البيع– تعتبر أكثر استخداماً بالنسبة لوحدات المنتج عالية القيمة وذلك نظراً لقدرة رجال البيع على تقديم المعلومات الضرورية وتكييفها بشكل يُسهّل على العملاء فهمها، ويضمن للمشترين إنفاق أموالهم بشكل اقتصادى، وعدم تحميلهم أية مخاطر اجتماعية أو مالية لا مبرر لها. فمخاطر الشراء من شركة للتسويق المباشر تكون أعظم وأكبر مقارنة بمخاطر الشراء من متاجر التجزئة[٢٤، ٤٠، ٤٤]، كما وأن التسويق المباشر –

كقناة للتوزيع- لا ينيح -عادة- الفرصة للعملاء لفحص السلعة بشكل مادى. ورغم أن الضمانات غير المشروطة قد تقلل من هذا العائق، إلا أنه لن يكون كافياً للمنتجات ذات الوحدات عالية القيمة أو مرتفعة السعر، وذات التصميمات الأكثر تعقيداً[٢٦]، وهكذا، فإن من المتوقع ألاّ تعتمد المنشآت على التسويق المباشر فى توزيع منتجاتها ذات الوحدات مرتفعة القيمة.

**٣- مدى تكرار شراء المنتج:**

لم يحظ تأثير تكرار شراء المنتج أو التعامل فى المنتج على قرار اختيار القناة بانتباه كبير فى الدراسات السابقة ذات الصلة. من بين الدراسات القليلة فى هذا المجال تلك التى أجراها Settle and McCorkle[٤٤]، حيث وجدا أن لتكرار شراء المنتج تأثير على قرار اختيار القناة بالنسبة لكل من سلع المستهلك والسلع الصناعية. كما قدم Majumdar and Ramaswamy[٣١] دليلاً عملياً على اعتماد المنشآت على القنوات المباشرة كلما زاد تكرار شراء المنتج، وأنه كلما أديت التعاملات بشكل أكبر كلما كانت تكاليف إدارة ورقابة هذه التعاملات أكثر وكان الاحتمال أكبر بأن لا يسمح الوسيط بحدوث تدفق للمعلومات بين كبار العملاء والمنشأة.

إضافة إلى ما أوضحته بعض الدراسات من أن رقابة التصرفات الانتهازية للوسطاء تكون مكلفة إذا كان التعامل متكرراً، وأنه كلما تزايد تكرار شراء المنتج تناقصت التكلفة الثابتة للوحدة وبالتالى تناقص متوسط التكلفة الكلية[٢٨، ٥٠].

وفيما يتعلق بالمرحلة الثانية من قرار اختيار القناة (نوع القناة المباشرة) فإن من غير المحتمل استخدام المنشآت للتسويق المباشر لتوزيع المنتجات

التى يتكرر شراؤها بشكل كبير نظراً لأن استخدام هذا المدخل قد لا يحقق مزايا تكاليفية مقارنة بالقنوات غير المباشرة مثل متاجر التجزئة.

فطبقاً لرأى Settle and McCrokle[٤٤]، قد تصبح تكلفة التعامل باستخدام التسويق المباشر أعلى من تكلفة التعامل باستخدام متاجر التجزئة، كما أنه عندما يُصبح المنتج من أكثر عناصر الشراء شيوعاً، فإنه يصبح من المفيد للصانع بيعه عن طريق الموزعين[٣٠].

### ٤- طريقة إنتاج المنتج:

لطريقة إنتاج المنتج -من حيث كونه نمطياً أو يتم حسب متطلبات ورغبات العميل- تأثير على قرار اختيار قناة التوزيع المباشرة مقابل قناة التوزيع غير المباشرة[١٤]. فهناك بعض المنتجات التى تحتاج إلى إجراء تعديلات عليها كى تتلاءم مع متطلبات ورغبات العميل (المنتجات المعمولة- Customized Products) مما يستلزم توافر أصول وموجودات مادية بجانب الأصول البشرية لدعم وتعزيز البيع[٣، ١٤، ٥٠]، وقد لا يكون من السهل - أحياناً- استخدام هذه الأصول المادية والبشرية خارج مجال معين من التعامل الأمر الذى يجعل من السيطرة على الانتهازية أو عدم التأكد السلوكى أمراً صعباً، لذا فإن من المحتمل استخدام المنشآت للقنوات المباشرة كى تخفض من تكاليف الرقابة ولتقلل من عدم التأكد السلوكى (الانتهازية) إلى أدنى حد ممكن[٣٠].

كما أن العملاء عادة ما يفضلون الاتصال المباشر بالنسبة للمنتجات المعمولة (أى التى يتم صنعها حسب المواصفات التى يحددها العميل) للتأكد من مراعاة الصانع للمواصفات الملائمة التى حددوها[٧، ١٤]. فهذا النوع من

المنتجات، كالآلات الصناعية والمناظير المصنعة حسب المواصفات التى يحددها العميل، أو برامج الحواسيب المصنعة حسب الطلب، تباع غالباً من الصانع مباشرة إلى المستخدم، بينما تسوق المنتجات عالية التنميط مثل سلع المستهلك عن طريق القنوات غير المباشرة بشكل كبير (٥٠).

أما فيما يتعلق بنوع القناة المباشرة فإن أدبيات الإدارة المتاحة توضح أن التسويق المباشر لا يعتبر قناة توزيع ملائمة تُسوق عن طريقها المنتجات المصنعة حسب المواصفات التى يحددها العميل خاصة المنتجات الصناعية، حيث أنه لا يوفر الآلية اللازمة لتنفيذ عملية التعديل، لذا قيل أنه كلما كانت عملية تصنيع المنتج تتم حسب المواصفات التى يحددها العميل مطلوبة أكثر كلما كانت الاتصالات المباشرة المكثفة التى تتم وجهاً لوجه مطلوبة أكثر (٢٦).

**٥- تمايز المنتج:**

يعتبر تمايز منتج الشركة عن بقية المنتجات المشابهة فى السوق من العوامل ذات الصلة بالمنتج المؤثرة على قرار اختيار القناة، ويقصد بتمايز المنتج "درجة ولاء عملاء الشركة للعلامة، أو إدراكهم للسمات المميزة لمنتجات أو خدمات العلامة(٤١)، وتتطلب استراتيجية التمايز تطوير منتج (أو خدمة) فريد أو متميز فى بعض النواحى. وعلى المنشاة التى تتبنى هذه الاستراتيجية أن تُعد تحليلاً دقيقاً للسوق، وللمنافسين، وللعملاء المرتقبين.

ويعتبر الاتصال المباشر واللصيق بالعملاء والتغذية العكسية بالمعلومات عن التغييرات فى السوق وفى سلوك المنافسين من أهم المداخل الجوهرية للاحتفاظ بتمايز المنتج (أو الخدمة). كما أن تبنى استراتيجية التمايز يتطلب تأكيد ضمان أداء التسليم المرضى والتنسيق الفعال لجداول الإنتاج.

إضافة إلى أن هذه الاستراتيجية تزيد من أهمية العلاقات بين العملاء والصناع، وتساعد القنوات المباشرة -خاصة التسويق المباشر- على بناء علاقة لصيقة ومباشرة مع العملاء، وتتيح للمنشأة التعرف على أنماط حياة العملاء وعاداتهم الشرائية؛ والرقابة على الأنشطة الترويحية والتوزيعية التى تحافظ على السمات المميزة للمنتجات.

ويؤيد McGuire and Staelin[٣٤]، اختيار القناة المباشرة لتسويق المنتج المتمايز وتوصلا إلى أن استخدام القناة المباشرة لتسويق هذا النوع من المنتجات يكون أكثر ربحية بالنسبة للصانع مقارنة بالقناة غير المباشرة. كما يرى الباحثان أن مثل هذه المنتجات لا تتنافس بشكل مباشر بينما تتنافس المنتجات غير المتمايزة بشكل مباشر بما يؤدى إلى إشعال نيران حرب الأسعار، واستنزاف أرباح الصانع فى القنوات المباشرة. فإذا بيعت هذه المنتجات (المتمايزة) عن طريق الوسطاء فإن قدرة الصانع على الاستجابة إلى تغييرات السعر قد تكون محدودة، لذا فإن القناة المباشرة سوف تحمى أرباح الصانع.

واستناداً إلى الإطار النظرى لكل من McGuine and Staelin[٣٤] قدَّم Coughlan[١٥] دليلاً عملياً طبقه على المنشآت الصناعية يؤكد أن احتمال بيع المنتجات عالية التمايز عن طريق القناة المباشرة يكون أكبر.

كما أجرى Anderson and Coughlan[٥] دراسة تطبيقية على دخول المنشآت فى السوق الدولى توصلا فيها إلى أن القناة المباشرة هى الأكثر استخداماً بالنسبة للمنتجات الأكثر تمايزاً فى فئة المنتج. وأكدت هذه النتيجة الدراسة التى أجراها Belich and Dubinsky[٨] فى بيئة دراسية مختلفة، حيث

أوضحت الدراسة أن استراتيجية تمايز المنتج تدفع المنشأة إلى الاعتماد بشكل أكبر على القناة المباشرة للحصول على معلومات من السوق الأجنبى.

**٦- المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياته:**

لا يزال تأثير دورة حياة المنتج على قرار اختيار قناة التوزيع محل جدل وخلاف كبير بين كثير من العلماء، كما لا تزال هناك حاجة إلى توافر دليل عملى لتوضيح هذا الجدل. فبينما قدم كل من Belich and Dubinsky[٨] دعماً عملياً للعلاقة بين نضج المنتج وقرار اختيار القناة، فإن Anderson and Schmittlein[٦] لم يجدا تبايناً جوهرياً فى درجة تكامل القناة خلال دورة حياة المنتج. كما يرى Rangan et al[٤٢] أن من الصعب تعميم الاستنتاج بأن احتمال قيام المنشآت ذات المنتجات الجديدة باستخدام القنوات المباشرة يكون أكبر حيث أن الكثير من المنتجات الجديدة تُسوّق -فى الواقع العملى- عن طريق الوسطاء.

ومن الدراسة التى أجراها Lilien[٣٠] على عينة من المنشآت الصناعية، أتضح أن لدى هذه المنشآت ميل كبير إلى استخدام القنوات غير المباشرة عندما تكون منتجاتها فى مرحلة النضج. وبالمثل، يوضح Anderson[٤] أن تكامل القناة [أى القناة المباشرة] يكون مفضلاً فى المرحلة المبكرة من دورة حياة المنتج، وأن القنوات غير المباشرة تكون أكثر ملاءمة ومناسبة مع مرحلة النضج. كما يرى Anderson أن التكامل الرأسى (القنوات المباشرة) يكون مفضلاً فى مرحلة تقديم المنتج بسبب التخصيص العالى للأصول، إضافة إلى أن عدم التأكد يرتبط عادة بالمنتجات الجديدة. ففى المرحلة المبكرة من دورة حياة المنتج تكون هناك حاجة إلى قدرات ومهارات هامة ومحددة

للشركة لتسويق المنتجات الجديدة. كما وأن عدم التأكد من الطلب المرتبط بالمنتجات الجديدة يجعل من الصعب على المنشأة مراقبة أداء الأنشطة التسويقية التى تعتمد على معلومات الوسطاء وعلى التغذية العكسية(٥).

وفى حين تتسم مرحلة تقديم المنتج بتخصيص أعلى للأصول، وبعدم تأكد أعلى، فإن المنتجات فى تحركها نحو مرحلة النضج تتناقص حاجتها إلى التكامل الرأسى (أى التوزيع المباشر) وذلك -أولاً- لأن التناقص فى تخصيص الأصول يتطلب تسويق المنتج بشكل غير مباشر بسبب تزايد المعرفة التكنولوجية لدى العملاء والوسطاء، وثانياً، بسبب خفض درجة عدم التأكد المرتبطة بأنشطة المبيعات كنتيجة لتزايد عدد المنافسين(٥، ٥٠)، لذا فإن من المتوقع احتمال تزايد استخدام القناة المباشرة وتناقص استخدام التسويق المباشر كلما كان المنتج فى مراحله المبكرة من دورة حياته، وعندما يصل المنتج إلى مرحلة النضج فإن من غير المحتمل استخدام المنشآت للقنوات المباشرة بما فى ذلك التسويق المباشر.

## ثالثاً: تصميم البحث

**١ – فروض البحث:**

**الفرض الأول:**

**فرض العدم:**

لا توجد علاقة معنوية بين درجة تعقيد المنتج وبين طبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة.

**الفرض البديل:**

كلما تزايدت درجة تعقيد المنتج، تزايد استخدام القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة بوجه عام، وتناقص استخدام التسويق المباشر بوجه خاص.

**الفرض الثانى:**

**فرض العدم:**

لا توجد علاقة معنوية بين قيمة وحدة المنتج وبين طبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة.

**الفرض البديل:**

كلما ارتفعت قيمة وحدة المنتج، تزايد استخدام القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة بوجه عام، وتناقص استخدام التسويق المباشر بوجه خاص.

**الفرض الثالث:**

**فرض العدم:**

لا توجد علاقة جوهرية بين تكرار شراء المنتج وبين طبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة.

**الفرض البديل:**

كلما تزايد تكرار شراء المنتج، تزايد استخدام القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة بوجه عام وتناقص استخدام التسويق المباشر بوجه خاص.

**الفرض الرابع:**

**فرض العدم:**

لا توجد علاقة معنوية بين طريقة إنتاج المنتج وبين طبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة.

**الفرض البديل:**

كلما تزايد إنتاج المنتج حسب متطلبات ورغبات العميل، تزايد استخدام القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة بوجه عام، وتناقص استخدام التسويق المباشر بوجه خاص.

**الفرض الخامس:**

**فرض العدم:**

لا توجد علاقة جوهرية بين درجة تمايز المنتج وبين طبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة.

**الفرض البديل:**

كلما زاد تمايز المنتج، تزايد استخدام القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة بوجه عام وتزايد استخدام التسويق المباشر بوجه خاص.

**الفرض السادس:**

**فرض العدم:**

لا توجد علاقة معنوية بين المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياته وبين طبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة.

**الفرض البديل:**

كلما كان المنتج فى مراحله المبكرة من دورة حياته، تزايد استخدام القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة بوجه عام، وتناقص استخدام التسويق المباشر بوجه خاص.

**٢- مجتمع وعينة البحث:**

تم اختيار الشركات والمؤسسات الصناعية بمدينة العاشر من رمضان كمجتمع للبحث وذلك باعتبارها واحدة من أهم المدن الصناعية الحديثة بمصر وتضم ما يقرب من ١٠١٧ شركة ومؤسسة صناعية تنتمى إلى شُعب وقطاعات مختلفة(١). ولقد تم تحديد حجم العينة بنسبة ١٠٪ من مجتمع البحث وبلغت ١٠٣ مفردة، ووقع الاختيار على العينة الطبقية العشوائية، وتم اختيار مفردات العينة باستخدام جدول الأرقام العشوائية. وتمشياً مع طبيعة هذا النوع من العينات، فقد روعى تمثيل كل شعبة بنفس نسبة تمثيلها بالمجتمع، كما تم زيادة عدد المفردات من بعض الشعب ليصل العدد إلى ٥ مفردات على الأقل -كما هو الحال بالنسبة لشعبة الصناعات الخشبية، كما تم أخذ نسبة أكبر من ١٠٪ من شعبة الأنشطة المختلفة لاحتوائها على شركات ومؤسسات خدمية وذلك بهدف التعرف على اتجاهات هذا النوع من المؤسسات تجاه استخدام التسويق المباشر مقابل الشركات الصناعية. والجدول التالى رقم(١) يعطى صورة عن مجتمع وعينة البحث.

## جدول رقم (١)

## مجتمع الشعب الصناعية، وعينة البحث

| الشعب الصناعية | اجمالى عدد الشركات | حجم العينة بالشعبة | المستجيبون | | قوائم غير كاملة | القوائم الصالحة للاستخدام | اجمالى نسبة الردود |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ع | ٪ | | | |
| ١- شعبة الصناعات الغذائية | ١٠٩ | ١١ | ٥ | – | – | ٥ | – |
| ٢- شعبة الصناعات الهندسية والمعدنية | ٣٥١ | ٣٥ | ١٩ | – | ٢ | ١٧ | – |
| ٣- شعبة الصناعات الكيماوية والبلاستيكية | ١٩٦ | ٢٠ | ٨ | – | ٣ | ٥ | – |
| ٤- شعبة الصناعات الخشبية | ٤٣ | ٥ | ٥ | – | – | ٥ | – |
| ٥- شعبة البناء | ٨١ | ٨ | ٥ | – | – | ٥ | – |
| ٦- شعبة الصناعات النسيجية | ١٤٩ | ١٥ | ٧ | – | – | ٧ | – |
| ٧- شعبة الأنشطة المختلفة | ٨٨ | ٩ | ٩ | – | – | ٩ | – |
| | ١٠١٧ | ١٠٣ | ٥٨ | ٥٦,٣٪ | ٥ | ٥٣ | ٥١,٥٪ |

### ٣- أسلوب جمع البيانات:

استخدم الباحث أسلوب المقابلات الشخصية المهيكلة فى جمع بيانات الدراسة الميدانية لضمان الحصول على الإجابات السليمة ولضمان ارتفاع معدلات الاستجابة. ولقد تم اختيار بعض المعيدين بقسم إدارة الأعمال بالكلية وعقد الباحث معهم عدة اجتماعات قبل نزولهم إلى الميدان وذلك بهدف إعطائهم المعلومات والتوجيهات اللازمة لضمان الحصول على نسبة ردود معقولة وعلى الإجابات الصحيحة، ولقد وصل عدد المستجيبين إلى ٥٨ مفردة أى نسبة ردود بلغت ٥٦,٣٪، وبعد استبعاد القوائم غير الصالحة للتحليل، وعددها ٥ قوائم، أصبح عدد المستجيبين ٥٣ مفردة أى بنسبة ٥١,٥٪ وهى بلا شك نسبة معقولة ومقبولة جداً خاصة إذا أخذنا بالاعتبار الطبيعة المتماثلة لمنتجات الشركات والمؤسسات داخل كل شعبة أو قطاع مما لا يجعل من زيادة مفردات العينة أو عدد المستجيبين أمراً بذى أهمية كبيرة.

### ٤- الأساليب الإحصائية لاختبار المعنوية[٣٩]:

استُخدم أسلوب التبويب المتداخل -Cross tabulation- لتحليل الكثير من بيانات الدراسة الميدانية بهدف تصوير العلاقات بين السبب والنتيجة بالنسبة للمتغيرات محل الدراسة[٢]. كما استخدم جدول (2x2) كشكل أساسى للتبويب المتداخل[٣٩]. واعتمد الباحث على الإحصاءات اللامعلمية non-barametric statistics (لأنها تلائم الكثير من بيانات هذه الدراسة المرتبة إما إسمياً أو ذات مستوى ترتيبى) وذلك لتحليل التوزيع التكرارى المشترك Joint frequency distribution وعلى وجه التحديد، تتمثل الاختبارات المستخدمة فى هذا البحث فى اختبار مربع كا -Chi-square test- وذلك للتعرف على ما إذا كان هناك تجانساً بين مجموعة التكرارات المشاهدة ومجموعة التكرارات المتوقعة وتكون البيانات متعلقة بعينة واحدة: واستخدمت لذلك المعادلة التالية:

$$\chi 2 = \sum^{k} \frac{(Fo - Fe)^2}{E} \text{ With } \overset{j}{K} - 1 \text{ df}$$

حيث Fo = التكرار المشاهد

Fe = التكرار المتوقع

df = درجات الحرية.

أما الأسلوب الاحصائى الثانى فيتمثل فى الاختبار ذى الطرف الواحد مع مربع كا (One tailed test with $\chi^2$) وذلك عندما يكون الهدف تحديد مدى قبول أو رفض فرض العدم فى حالة عينتين حيث يُستخدم اختبار Kolmogorove Smirnove[٤٣] كمدخل للتكرار المتجمع للوصول إلى قرار حول ما إذا كانت العينتان من مجتمع متجانس أو غير متجانس. وحيث أن

الفروض البديلة فى هذه الدراسة تحدد اتجاهاً معيناً للتكرار (أكبر من/ أعلى من..) فإننا نستخدم الاختبار ذا الطرف الواحد مع مربع (كا) بالمعادلة التالية:

$$\chi 2 = 4D \left[ \frac{n_1 n_2}{n_1 + n_2} \right] \text{ with 2df.}$$

حيث D = أكبر فرق مطلق للكسور المجمعة للتكرارات.

$n_1$ = حجم العينة الأولى.

$n_2$ = حجم العينة الثانية.

**٥- تطوير قائمة الاستقصاء:**

اشتملت قائمة الاستقصاء على نوع الأسئلة المفتوحة /المغلقة - Open ended questions كما اعتمدت بعض الأسئلة على طريقة المقياس المتدرج لليكارت (Likert - Scaling Method) حيث تضم هذه الأسئلة عدة عبارات" ذات أوزان متدرجة من القيمة المنخفضة (رقم١) إلى القيمة الأعلى تقديراً (رقم ٥).

ولقد خصص السؤال الأول لتحديد طبيعة النشاط من خلال المنتج الأكثر مبيعاً، ومعرفة الوضع الوظيفى للمستجيب، أما السؤال الثانى فقد خصص لتحديد نسبة ما يساهم به المنتج محل السؤال فى إجمالى مبيعات الشركة.

ولقد استهدف السؤال الثالث تحديد نوعية ونسبة الفئات التى تمثل عملاء الشركة، ومعرفة أكثر هذه الفئات تعاملاً مع الشركة، وتستخدم الإجابات عن هذا السؤال فى وصف عينة البحث.

أما السؤال الرابع فقد خصص لتحديد نسبة استخدام طريقتى التوزيع المباشر وغير المباشر كمدخل لتحديد مدى تأثير العوامل ذات الصلة بالمنتج

على اختيار القناة المباشرة مقابل غير المباشـرة بوجـه عـام واختيـار التسـويق المباشر بوجه خاص.

ولقد خصص السؤال الخامس -بما يتضمنه من عبارات- لقياس الكثير من فروض الدراسـة الخاصـة بـالعوامل ذات الصلـة بـالمنتج، حيث تختـص العبارات أرقام ١ - ٢- ٣- ٤ بالفرض الأول الخاص بعامل "تعقيد المنتـج"، وتختـص العبـارات أرقـام ٥- ٦- ٧- ٨ (بجـانب إجابـات السـؤال السـادس) بالفرض الثانى المتعلق بعـامل "قيمـة وحـدة المنتـج" وتختـص العبـارة رقـم ٩ (بجـانب الإجابـة عـن السـؤال السـابع) بقيـاس الفـرض الثـالث المتعلـق بعـامل "تكرار شراء المنتج". أما العبارات أرقام ١٠- ١١- ١٤- فهى خاصة بقياس الفرض الرابع الخاص بعامل "طريقة إنتاج المنتج". أما العبارتان رقمى ١٢- ١٣ فهما تخصان (بجانب إجابـات السـؤال التاسـع) الفـرض الخـامس المتعلـق بعامل "تمايز المنتج".

ويختص السؤال الثامن بقياس الفرض السـادس المتعلـق بالمرحلـة التـى يمر بها المنتج خلال دورة حياته. ويُستخدم كل من السـؤال العاشـر والحـادى عشر والثانى عشـر فـى دراسـة وتحليـل اتجاهـات الشـركات الصناعيـة محـل الدراسة نحو استخدام التسويق المباشر، حيث يختص السؤال العاشـر بتحديـد رؤية المستقصى منهم حول أهميـة (ومـدى اسـتخدام) كـل طريقـة مـن طـرق التوزيـع المباشـر (مندوبـو البيـع / منـافذ البيـع/ التسـويق المباشـر). ويختـص السؤال الحادى عشر بتحديـد مـدى اسـتخدام الشـركات محـل الدراسـة لطـرق التسويق المباشر (التليفـون/ البـريد المباشـر/ الفـاكس/ الكتـالوج/ التليفزيـون)، وأى هذه الطرق أكثر استخداماً؛ فى حين يختص السؤال الثانى عشـر بتحديـد

أهمية طرق التسويق المباشر المستخدمة، كما يستخدم فى إجراء مقارنة بين استخدام طرق التسويق المباشر والأهمية المرتبطة بها.

أما السؤال الثالث عشر والأخير فيهدف إلى دراسة وتحليل أهم المعوقات التى تحول دون اتخاذ قرار باستخدام الطرق المختلفة للتسويق المباشر وبالتالى تحديد بعض التوصيات المساعدة على مواجهة هذه المعوقات.

**جدول رقم (٢)**

**مواصفات عينة البحث**

| مواصفات العينة | عدد | نسبة |
|---|---|---|
| ١- طريقة التوزيع الأكثر استخداماً: | | |
| أ- التوزيع المباشر | ٣٨ | ٧١,٧ |
| ب- التوزيع غير المباشر | ١٥ | ٣٨,٣ |
| | ٥٣ | ١٠٠٪ |
| ٢- فئات عملاء الشركة: | | |
| أ- الأفراد | ٨ | ١٥,١ |
| ب- مصانع وشركات صناعية | ٢٠ | ٣٧,٧ |
| جـ- مؤسسات وشركات تجارية | ٢٠ | ٣٧,٧ |
| د- مؤسسات حكومية | ٥ | ٩,٥ |
| | ٥٣ | ١٠٠٪ |

## الجزء الثاني: تحليل بيانات الدراسة الميدانية

يستهل هذا الجزء بتحليل بيانات الدراسة الميدانية لمعرفة مدى صحة الفروض الخاصة بالعوامل ذات الصلة بالمنتج من حيث مدى تاثيرها على قرار اختيار قناة التوزيع المباشر مقابل قناة التوزيع غير المباشر بوجه عام وطرق التسويق المباشر بوجه خاص.

فكما سبق وذكرنا فى الجزء النظرى، تتمثل هذه العوامل فى درجة تعقيد المنتج، وقيمة وحدة المنتج (أو تكلفة شرائها)؛ ومدى تكرار شراء المنتج؛ وطريقة إنتاج المنتج، ودرجة تمايز المنتج، وأخيراً المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياة. ثم ننتقل بعد ذلك إلى تحليل اتجاهات الشركات الصناعية محل الدراسة نحو أهمية واستخدام الطرق المختلفة للتوزيع المباشر بوجه عام ومدى أهمية واستخدام الطرق المختلفة للتسويق المباشر بوجه خاص. ويعرج البحث بعد ذلك إلى دراسة وتحليل أهم المعوقات التى تواجهها إدارة الشركات الصناعية محل الدراسة عند اتخاذها قرار استخدام التسويق المباشر -كقناة للتوزيع- وكاتجاه حديث -، ثم ينتهى البحث بعرض لأهم النتائج والتوصيات والمراجع العلمية للبحث.

## أولاً: مدى تأثير العوامل ذات الصلة بالمنتج على قرار اختيار قناة التوزيع

### ١- درجة تعقيد المنتج، وطبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة:

### أ- درجة تعقيد المنتج، وطبيعة القناة المختارة (مباشرة/غير مباشرة):

يتضح من الجدول رقم (٣) والذى يوضح معايير تعقيد المنتج المحددة لطبيعة القناة المختارة من حيث كونها مباشرة أم غير مباشرة- أن هناك اتجاهاً متزايداً نحو استخدام قناة التوزيع المباشرة مقابل القناة غير المباشرة كلما تزايدت درجة تعقيد المنتج وذلك بالنسبة لمختلف المعايير التى يتضمنها الجدول.

فبالنسبة للمعيار الأول، والذى تعبر عنه العبارة الأولى وهى "سهولة تركيب واستخدام المنتج بالنسبة للمستهلك"، أخذاً بالحسبان إجابات الذين لم يوافقوا على هذه العبارة بما يعنى ضمناً أن المنتج معقد - نجد أن هناك نسبة أكبر من الشركات التى يتسم منتجها بدرجة عالية من التعقيد تستخدم القناة المباشرة (٨٨,٩٪) مقابل ١١,١٪ فقط من فئة هذه الشركات التى تستخدم القناة غير المباشرة. وعلى النقيض من هذا، بالنسبة للشركات التى يتسم منتجها بانخفاض درجة التعقيد - كما يعبر عن ذلك إجابات الذين يوافقون على العبارة المذكورة بما يعنى انخفاض درجة التعقيد - حيث يتضح من منظور هذا المعيار أيضاً أن هناك نسبة أقل من فئة هذه الشركات تستخدم القناة المباشرة (٣٥,٣٪) مقابل ٦٤,٧٪ من هذه الشركات التى تستخدم القناة غير المباشرة.

كما يلاحظ من تحليل المعايير الثلاثة الأخرى لتعقيد المنتج، وهى "حاجة المنتج إلى معرفة فنية للتركيب أو الاستخدام" (وتعبر عنه العبارة الثانية)؛ و"حاجة المنتج إلى تدريب خاص لتسويقه" (وتعبر عنه العبارة الثالثة)، و"حاجة المنتج إلى خدمة ما بعد البيع" (وتعبر عنه العبارة الرابعة) أن هناك أيضاً نسبة أعلى من الشركات الصناعية التى يتسم منتجها بالتعقيد - من منظور هذه المعايير الثلاثة- تستخدم القناة المباشرة حيث تصل النسب على التوالى ٨٤,٦٪، ٩٦,٨٪، ١٠٠٪ مقابل الشركات من هذه الفئة التى تستخدم القناة غير المباشرة، إذ تبلغ النسب -حسب المعايير الثلاثة الأخيرة-، وعلى التوالى -١٥,٤٪، ٣,٢٪، صفر٪، وعلى العكس من هذا تماماً نجد أن هناك نسبة أقل من الشركات التى يتسم منتجها بانخفاض درجة تعقيد المنتج - من منظور نفس المعايير الثلاثة الأخيرة- تستخدم القناة المباشرة مقابل استخدام القناة غير المباشرة، إذ تبلغ النسب لهذه المعايير الثلاثة على التوالى ٣٥,٧٪ مباشر مقابل ٦٤,٣٪ غير مباشر، ٣٨,١٪ مباشر مقابل ٦١,٩٪ غير مباشر، ٤٦,٧٪ مباشر مقابل ٥٣,٥٪ غير مباشر.

جدول رقم (٣): درجة تعقيد المنتج، وطبيعة القناة المختارة (مباشرة/ غير مباشرة)

| طبيعة قناة التوزيع المختارة / معايير قيمة وحدة المنتج | منتج معقد | | | | | | منتج غير معقد | | | | | | ن | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١- إن منتجنا (خدمتنا) سهل التركيب والاستخدام بالنسبة للمستهلك | ٣٢ | ٨٨,٩ | ٤ | ١١,١ | ٣٦ | ١٠٠ | ٦ | ٥٣,٣ | ١١ | ٦٤,٧ | ١٧ | ١٠٠ | ٥٣ | *١٢,٣ |
| ٢- يحتاج منتجنا (خدمتنا) إلى معرفة فنية للتركيب أو الاستخدام | ٣٣ | ٨٤,٦ | ٦ | ١٥,٤ | ٣٩ | ١٠٠ | ٥ | ٣٥,٧ | ٩ | ٦٤,٣ | ١٤ | ١٠٠ | ٥٣ | *٩,٨ |
| ٣- يحتاج منتجنا (خدمتنا) إلى تدريب خاص لتسويقه | ٣٠ | ٩٦,٨ | ١ | ٣,٢ | ٣١ | ١٠٠ | ٨ | ٣٨,١ | ١٣ | ٦١,٩ | ٢١ | ١٠٠ | ٥٢ | *١٧,٣ |
| ٤- يحتاج منتجنا (خدمتنا) إلى خدمات ما بعد البيع | ٢١ | ١٠٠ | - | - | ٢١ | ١٠٠ | ١٤ | ٤٦,٧ | ١٦ | ٥٣,٣ | ٣٠ | ١٠٠ | ٥١ | *١٤,٠٤ |

* معنوى عند مستوى ٥٪.

وباختبار المعنوية باستخدام الاختبار ذى الطرف الواحد مع مربع «كـا» يتضح أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنوية ٥٪ وذلك بالنسبة للمعايير الأربع المذكورة. فعلى هذا يرفض فرض العدم ويقبل الفرض البديل الأول فى شقه الأول.

## ب- درجة تعقيد المنتج ونوع القناة المباشرة المستخدمة (رجال بيع/ منافذ بيع/ تسويق مباشر)

إذا انتقلنا إلى الشق الثانى من قرار اختيار القناة وهو اختيار نوع القناة المباشرة المستخدمة (رجال بيع - منافذ أو معارض بيع- تسويق مباشر)؛ فكما يتضح من الجدول رقم (٤) نجد أن هناك تأثيراً واضحاً لدرجة تعقيد المنتج على تحديد نوع "القناة المباشرة؛ إذ يتزايد تكرار استخدام رجال البيع/ منافذ البيع التابعة للشركة ويتناقص تكرار استخدام التسويق المباشر كلما اتسم منتج الشركة بدرجة عالية من التعقيد. ويتمشى هذا مع ما توصلنا إليه عند مناقشة وعرض أدبيات البحث. فكما هو واضح من الجدول، نلاحظ أن هناك نسبة تكرارات أكبر من الشركات التى يتسم منتجها بدرجة عالية من التعقيد- من منظور المعايير الموضحة بالجدول- تستخدم رجال البيع / منافذ البيع التابعة للشركة بالمقارنة بنسبة تكرار استخدام هذه الفئة من الشركات للتسويق المباشر. فمن منظور المعيار الأول- مع الأخذ بالحسبان الملاحظة السابق الإشارة إليها- نجد أن هناك ٩٥,٩٪ من هذه الشركات تستخدم رجال/ منافذ البيع مقابل ٤,١٪ تستخدم التسويق المباشر. ومن منظور المعيار الثانى تبلغ النسبة ٩٤,٢٪ رجال بيع/ منافذ بيع مقابل ٥,٨٪ تسويق مباشر، وبالنسبة للمعيار الثالث تصل النسبة إلى ٩٥,٩٪ رجال بيع/ منافذ بيع مقابل ٤,١٪

تسويق مباشر؛ أما بالنسبة للمعيار الرابع فإن النسبة تبلغ ٩٦,٢٪ رجال بيع/ منافذ بيع/ مقابل ٣,٨٪ تسويق مباشر.

وعلى عكس هذا تماماً نجد أن هناك نسبة تكرارات أقل -نسبياً- من الشركات التى يتسم منتجها بانخفاض (أو انعدام) درجة التعقيد للمنتج تستخدم رجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة بالمقارنة باستخدام التسويق المباشر؛ إذ بلغت هذه النسب (من منظور المعايير الأربعة المذكورة) على التوالى ٤٢,٩٪ رجال بيع/ منافذ بيع مقابل ٥٧,١٪ تسويق مباشر، ٤٤,٤٪ رجال بيع/ منافذ بيع مقابل ٥٥,٦٪ تسويق مباشر، ٤٥,٥٪ رجال بيع/ منافذ بيع مقابل ٥٤,٥٪ تسويق مباشر، ٣٧,٥٪ رجال بيع/ منافذ بيع مقابل ٦٢,٥ تسويق مباشر.

وباختبار المعنوية باستخدام نفس الاختبار السابق يتضح أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنوية ٥٪ بالنسبة لكل المعايير المذكورة – وعليه – وأخذاً بالحسبان تتجه اختبار المعنوية للشق الأول من الفرض البديل الأول، برفض فرض العدم ويقبل الفرض البديل الأول.

## جدول رقم (٤)

## درجة تعقيد المنتج، ونوع القناة المباشرة المستخدمة

| طبيعة قناة التوزيع المختارة / معايير قيمة وحدة المنتج | درجة عالية من التعقيد | | | | | درجة تعقيد منخفضة | | | | | مجموع | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | رجال البيع منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | رجال بيع منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | | ع | ٪ | ع | ٪ | | | |
| ١- إن منتجنا (خدمتنا) سهل التركيب والاستخدام بالنسبة للمستهلك | ٤٧ | ٩٥,٩ | ٢ | ٤,١ | ٤٩ | ٣ | ٤٢,٩ | ٤ | ٥٧,١ | ٧ | ٥٦ | *٦,٩١ |
| ٢- يحتاج منتجنا (خدمتنا) إلى معرفة فنية للتركيب أو الاستخدام | ٤٩ | ٩٤,٢ | ٣ | ٥,٨ | ٥٢ | ٤ | ٤٤,٤ | ٥ | ٥٥,٦ | ٩ | ٦١ | *٧,٦١ |
| ٣- يحتاج منتجنا (خدمتنا) إلى تدريب خاص لتسويقه | ٤٧ | ٩٥,٩ | ٢ | ٤,١ | ٤٩ | ٥ | ٤٥,٥ | ٦ | ٥٤,٥ | ١١ | ٦٠ | *٨,٠٨ |
| ٤- يحتاج منتجنا (خدمتنا) إلى خدمات ما بعد البيع | ٥٠ | ٩٦,٢ | ٢ | ٣,٨ | ٥٢ | ٣ | ٣٧,٥ | ٥ | ٦٢,٥ | ٨ | ٦٠ | *٩,٥٦ |

* معنوى عند مستوى ٥٪.

## ٢- قيمة وحدة المنتج (تكلفة الشراء) وطبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة.

### أ- قيمة وحدة المنتج (تكلفة الشراء) وطبيعة القناة المختارة (مباشرة/ غير مباشرة).

يتضح من جدول رقم (٥) أن لقيمة وحدة المنتج (أو تكلفة شرائه) تأثير واضح على قرار اختيار طبيعة قناة التوزيع من حيث المباشرة وغير المباشرة حيث يتزايد استخدام القناة المباشرة ويتناقص استخدام القناة غير المباشرة -بوجه عام- كلما ارتفعت قيمة وتكلفة شراء وحدة المنتج وذلك من منظور المعايير الخمسة الموضحة بالجدول والتى تعبر عنها العبارات الأربعة الأولى بجانب إجابة المستقصى منهم عن السؤال السادس التى تعبر عن رأيهم فى قيمة شراء وحدة المنتج الأكثر مبيعاً.

فمن منظور المعيار الأول، وهو " اتخاذ العميل قراراً مالياً هاماً عند شرائه المنتج " -العبارة الأولى- نجد أن هناك نسبة أكبر من الشركات تستخدم القناة المباشرة (٩٢,١٪) مقارنة بتلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (٧,٩٪).

وبالنسبة للمعيار الثانى الذى تعبر عنه العبارة الثانية "حاجة العميل إلى وقت طويل للاستقصاء والتحرى قبل شراء المنتج" نجد أيضاً أن هناك نسبة أكبر من الشركات تستخدم القناة المباشرة (٩٣,٨٪) مقابل تلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (٦,٢٪). ولا تختلف نتيجة التحليل بالنسبة للمعايير الثلاثة الباقية، إذ هى بالنسبة للمعيار الثالث "ضرورة عمل مفاوضات مطولة مع العميل قبل الشراء" ٨٩,٢٪ مباشر مقابل ١٠,٨٪ غير مباشر، وللمعيار

الرابع "شراء المنتج يتضمن عادة مخاطرة مالية للعميل" ٨٨,٦٪ مباشر مقابل ١١,٤٪ غير مباشر، وللمعيار الخامس "ثمن شراء الوحدة" تبلغ النسبة ٩١,٤٪ مباشر مقابل ٨,٦٪ غير مباشر.

وعلى النقيض من ذلك تماماً -وكما هو مبين بالجدول (٥) - ومن منظور نفس العوامل المشار إليها بالجدول -نجد أن هناك نسبة أقل من الشركات التى يتسم منتجها بانخفاض قيمته وتكلفة شرائه تستخدم القناة المباشرة مقارنة بتلك التى تستخدم القناة غير المباشرة، إذ بلغت هذه النسب - من منظور نفس المعايير الخمس- على التوالى- ٢٨,٦٪ مباشر مقابل ٧١,٤٪ غير مباشر؛ ٢٧,٨٪ مباشر مقابل ٧٢,٢٪ غير مباشر، ٢١,٤٪ مباشر مقابل ٧٨,٦٪ غير مباشر، ٢٦,٧٪ مباشر مقابل ٧٣,٧٪ غير مباشر، ٢٠٪ مباشر مقابل ٨٠٪ غير مباشر.

## جدول رقم (٥)

## قيمة وحدة المنتج، وطبيعة القناة المختارة (مباشرة/ غير مباشرة)

| طبيعة قناة التوزيع المختارة / معايير قيمة وحدة المنتج | قيمة عالية لوحدة المنتج | | | | | | قيمة منخفضة لوحدة المنتج | | | | | | ن | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١- يتطلب شراء منجنا (خدمتنا) قيام العميل باتخاذ قرار مالي هام | ٣٥ | ٩٢,١ | ٣ | ٧,٩ | ٣٨ | ١٠٠ | ٤ | ٢٨,٦ | ١٠ | ٧١,٤ | ١٤ | ١٠٠ | ٥٢ | *١٦,٥ |
| ٢- يتطلب شراء منتجنا (خدمتنا) وقتاً طويلاً للاستقصاء والتحرى قبل الشراء | ٣٠ | ٩٣,٨ | ٢ | ٦,٢ | ٣٢ | ١٠٠ | ٥ | ٢٧,٨ | ١٣ | ٧٢,٢ | ١٨ | ١٠٠ | ٥٠ | *٢٠,٧ |
| ٣- يتطلب شراء منتجنا (خدمتنا) عمل مفاوضات مطوله مع العميل قبل الشراء | ٣٣ | ٨٩,٢ | ٤ | ١٠,٨ | ٣٧ | ١٠٠ | ٣ | ٢١,٤ | ١١ | ٧٨,٦ | ١٤ | ١٠٠ | ٥١ | *١٨,٧ |
| ٤- يتضمن شراء منتجنا (خدمتنا) عادة مخاطرة مالية للعميل | ٣١ | ٨٨,٦ | ٤ | ١١,٤ | ٣٥ | ١٠٠ | ٤ | ٢٦,٧ | ١١ | ٧٣,٣ | ١٥ | ١٠٠ | ٥٠ | *١٦,٩ |
| ٥- ثمن شراء الوحدة | ٣٢ | ٩١,٤ | ٣ | ٨,٦ | ٣٥ | ١٠٠ | ١ | ٢٠ | ٤ | ٨٠ | ٥ | ١٠٠ | ٤٠ | *٧,٧ |

* معنوى عند مستوى ٥٪

وباختبار المعنوية باستخدام الاختبار ذى الطرف الواحد مع مربع «كـا» يتضح أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنويـة ٥٪ بالنسبة لكل المعـايير المسـتخدمة، وبـذا يرفـض فـرض العـدم ويقبـل الفـرض البديل الثانى فى شقه الأول.

## ب- قيمة وحدة المنتج (تكلفـة الشـراء) ونـوع القنـاة المباشـرة المسـتخدمة (رجال بيع/ منافذ بيع/ تسويق مباشر)

فيما يتعلق بالشق الثانى من قرار اختيار نوع القناة المباشرة المسـتخدمة (رجال أو منافذ البيع/ تسويق مباشـر)، ومـن منظـور نفس المعـايير المحـددة بالجدول السابق رقم (٥)، نجد أن هناك اتجاهـاً مـتزايداً لـدى الشـركات محـل الدراسة نحو استخدام رجال البيـع/ منـافذ البيـع التابعـة لهـا مقارنـة باسـتخدام التسويق المباشر كلما تزايدت أو ارتفعت قيمة (أو تكلفة شراء) وحدة المنتـج. وهذا يتمشى أيضاً مع ما توصلنا إليه فى الجزء النظرى عند مناقشة ومراجعة أدبيات الدراسة. فكما يتضح من الجدول رقم (٦) نجد أن نسبة تكرار استخدام الشركات التى ترتفع قيمة وحدة منتجاتها -من منظور المعيار الأول- لرجـال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة أكبر من نسبة تكرار استخدام هذه الفئـة مـن الشـركات للتسـويق المباشـر حيث تبلـغ ٩٥٪ مقـابل ٥٪؛ ومـن منظــور المعيار الثانى تبلغ النسبة ٩٤,١٪ مقابل ٥,٩٪، ومن منظــور المعيـار الثـالث تبلغ النسبة ٩٦٪ مقابل ٤٪، وبالنسبة للمعيار الرابع تبلـغ النسـبة ٩٤٪ مقـابل ٦٪، ومن منظور المعيار الخامس والأخير تصل النسبة إلى ٩٦٪ مقابل ٤٪.

وعلى النقيض من هذا تماماً، وكما يتضح من الجانب الأيسر من الجدول رقم (٦)، نجد أنه فى حالة انخفاض قيمة الوحدة (أو انخفاض تكلفة شرائها) يتناقص تكرار استخدام رجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة، ويتزايد -إلى حد ما- تكرار استخدام التسويق المباشر (وإن كان التفاوت بينهما بدرجات منخفضة إلى حد ما). فكما يتضح من الجدول نجد أن هناك نسب تكرارات أقل من الشركات التى ينخفض قيمة شراء وحدة منتجاتها تستخدم رجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة مقارنة بتلك التى تستخدم التسويق المباشر؛ إذ بلغت هذه النسبة -من منظور المعيار الثالث ٤١,٧٪ مقابل ٥٨,٣٪، ومن منظور المعيار الرابع ٣٣,٣٪ مقابل ٦٦,٧٪، ومن منظور المعيار الخامس ٤٠٪ مقابل ٦٠٪.

## جدول رقم (٦)

## قيمة وحدة المنتج، ونوع القناة المباشرة المستخدمة

| نوع القناة المباشرة المستخدمة / معايير قيمة وحدة المنتج | قيمة مرتفعة لوحدة المنتج | | | | | قيمة منخفضة لوحدة المنتج | | | | | اجمالي التكرار | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | رجال بيع/ منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | رجال بيع منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | | ع | ٪ | ع | ٪ | | | |
| ١- يتطلب شراء منتجنا (خدمتنا) قيام العميل باتخاذ قرار مالي هام | ٥٧ | ٩٥ | ٣ | ٥ | ٦٠ | ٤ | ٤٤,٤ | ٥ | ٥٥,٦ | ٩ | ٦٩ | *٨,١٣ |
| ٢- يتطلب شراء منتجنا (خدمتنا) وقتاً طويلاً للاستقصاء والتحري قبل الشراء | ٤٨ | ٩٤,١ | ٣ | ٥,٩ | ٥١ | ٣ | ٣٧,٥ | ٥ | ٦٢,٥ | ٨ | ٥٩ | *٨,٥٩ |
| ٣- يتطلب شراء منتجنا (خدمتنا) عمل مفاوضات مطوله مع العميل قبل الشراء | ٤٨ | ٩٦ | ٢ | ٤ | ٥٠ | ٥ | ٤١,٧ | ٧ | ٥٨,٣ | ١٢ | ٦٢ | *١١,٤١ |
| ٤- يتضمن شراء منتجنا (خدمتنا) عامة مخاطرة مالية للعميل | ٤٧ | ٩٤ | ٣ | ٦ | ٥٠ | ٤ | ٣٣,٣ | ٨ | ٦٦,٧ | ١٢ | ٦٢ | *٧,٤٩ |
| ٥- ثمن شراء الوحدة | ٤٨ | ٩٦ | ٢ | ٤ | ٥٠ | ٤ | ٤٠ | ٦ | ٦٠ | ١٠ | ٦٠ | *١٠,٤٥ |

*** معنوى عند مستوى ٥٪**

وباختبار المعنوية باستخدام نفس الاختبار السابق، يتضح أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنوية ٥٪ وذلك بالنسبة للمعايير الخمسة المذكورة. وأخذاً بالحسبان نتيجة اختبار المعنوية الخاصة بالشق الأول من الفرض البديل الثانى، يرفض فرض العدم ويقبل الفرض الثانى البديل.

## ٣- تكرار شراء المنتج، وطبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة:

### أ- تكرار شراء المنتج، وطبيعة القناة المختارة (مباشرة/ غير مباشرة):

يتضح من تحليل بيانات الدراسة الميدانية -كما يعرضها الجدول رقم (٧)- مدى تأثير تكرار شراء العميل للمنتج على طبيعة القناة المختارة (مباشرة - غير مباشرة)، حيث نجد أن هناك نسبة أكبر من الشركات التى يتكرر شراء منتجها بشكل كبير (٨٥,٧٪) تستخدم القناة المباشرة مقابل نسبة الشركات من هذه الفئة التى تستخدم القناة غير المباشرة (١٤,٣٪) فى حين أنه بالنسبة للشركات التى يتكرر شراء منتجها بشكل قليل نجد تساوى نسبة استخدام كل من القناة المباشرة وغير المباشرة (٥٠٪ لكل منها).

كما يتضح من إجابات المستقصى منهم عن السؤال السابع الذى يطلب منهم تحديد مدى تكرار شراء العميل لمنتجاتهم - وكما هو مبين بالجدول رقم (٧) أيضاً - أن نسبة الشركات التى يتكرر شراء منتجها بشكل كبير وتستخدم القناة المباشرة تفوق نسبة الشركات من هذه الفئة التى تستخدم القناة غير المباشرة (٧٣,٩٪ مقابل ٢٦,١٪ على التوالى).

أما فيما يتعلق بالشركات التى يتكرر شراء منتجها بشكل قليل فإننا نلاحظ – من منظور إجابة المستقصى منهم على السؤال السابع أيضاً– أن نسبة استخدام هذه الشركات للقناة المباشرة أقل من تلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (٣٤,٦٪ مقابل ٦٥,٤٪ على التوالى).

## جدول رقم (٧)

## تكرار شراء المنتج وطبيعة القناة المختارة (مباشرة / غير مباشرة)

| طبيعة قناة التوزيع المختارة / المعايير المحددة لتكرار الشراء | يتكرر الشراء بشكل كبير | | | | | | يتكرر الشراء بشكل قليل | | | | | | ن | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١- يشتري العميل منتجنا (خدمتنا) بشكل متكرر على نحو كبير | ٢٤ | ٨٥,٧ | ٤ | ١٤,٣ | ٢٨ | ١٠٠ | ١١ | ٥٠ | ١١ | ٥٠ | ٢٢ | ١٠٠ | ٥٠ | *٦,٢٧ |
| ٢- مدى تكرار شراء المنتج | ١٧ | ٧٣,٩ | ٦ | ٢٦,١ | ٢٣ | ١٠٠ | ٩ | ٣٤,٦ | ١٧ | ٦٥,٤ | ٢٦ | ١٠٠ | ٤٩ | *٧,٥٤ |

* معنوى عند مستوى ٥٪

وباختبار المعنوية باستخدام الاختبار ذى الطرف الواحد مع مربع «كـا» - يتضح (كما هو مبين بالجدول رقم ٧) أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنوية ٥٪، وبالتالى يرفض فرض العدم ويقبل الفرض البديل الثالث فى شقه الأول.

## ب- تكرار شراء المنتج، ونوع القناة المباشرة المستخدمة (رجال/ منافذ بيع- تسويق مباشر):

لو انتقلنا إلى فحص بيانات الدراسة الميدانية المتعلقة بمدى تأثير عامل "تكرار شراء العميل للمنتج" على قرار اختيار نوع القناة المباشرة (رجال بيع/ منافذ البيع/ تسويق مباشر) نلاحظ كما هو مبين من الجدول رقم (٨) أن نسبة تكرار استخدام الشركات التى يتكرر شراء منتجها بشكل كبير لرجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة تفوق نسبة تكرار استخدام الشركات من هذه الفئة للتسويق المباشر، إذ تصل النسبة من منظور المعيارين المشار إليهما بالجدول إلى ٩٤,٦٪ رجال/ منافذ البيع مقابل ٥,٤٪ تسويق مباشر لكليهما على التوالى.

وعلى النقيض من هذا، وكما يتضح أيضاً من نفس الجدول، فإن من الملاحظ أن نسبة تكرار استخدام الشركات التى يتكرر شراء منتجها بشكل أقل للتسويق المباشر تفوق -إلى حد ما- نسبة تكرار استخدام الشركات من هذه الفئة لرجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة؛ إذ تصل النسبة من منظور المعيار الأول ٥٧,٢٪ تسويق مباشر مقابل ٤٢,٨٪ رجال بيع/ منافذ البيع، ومن منظور المعيار الثانى ٦٣,٦٪ مقابل ٣٦,٤٪ على التوالى.

وبا ختبار المعنويـة باستخدام نفس الاختبـار السـابق يتضـح أن قيمـة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجـة عند مستوى معنويـة ٥٪، وعليـه، وأخـذاً بالاعتبار نتيجة اختبار المعنوية للشق الأول من الفرض الثالث البديل، يرفض فرض العدم ويقبل الفرض البديل الثالث.

## جدول رقم (٨)

### تكرار شراء المنتج، ونوع القناة المباشرة المستخدمة

| نوع القناة المباشرة المستخدمة / معايير تكرار شراء المنتج | يتكرر الشراء بشكل كبير | | | | | يتكرر الشراء بشكل قليل | | | | | مجموع | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | رجال بيع/ منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | رجال بيع/ منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | | ع | ٪ | ع | ٪ | | | |
| ١- يشترى العميل منتجنا (خدمتنا) بشكل متكرر على نحو كبير | ٣٥ | ٩٤,٦ | ٢ | ٥,٤ | ٣٧ | ٦ | ٤٢,٨ | ٨ | ٥٧,٢ | ١٤ | ٥١ | ١٠,٩* |
| ٢- مدى تكرار شراء المنتج | ٣٥ | ٩٤,٦ | ٢ | ٥,٤ | ٣٧ | ٤ | ٣٦,٤ | ٧ | ٦٣,٦ | ١١ | ٤٨ | ١١.٠٩* |

**معنوى عند مستوى ٥٪:**

## ٤- إنتاج المنتج حسب متطلبات العميل، وطبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة:

### أ- إنتاج المنتج حسب متطلبات العميل، وطبيعة القناة المستخدمة (مباشرة/ غير مباشرة):

بتحليل بيانات الدراسة الميدانية المتعلقة بمدى تأثر قرار اختيار قناة التوزيع من حيث المباشرة وغير المباشرة بطريقة إنتاج المنتج (حسب متطلبات العميل أو التنميط) يتضح -كما هو مبين بالجدول رقم (٩) - أن استخدام القناة المباشرة يتزايد كلما كان الإنتاج يتم حسب المتطلبات والمواصفات التى يحددها العميل (عَمْولَةَ المنتج Product customization)؛ فى حين أن استخدام القناة المباشرة يتناقص كلما كان الإنتاج نمطياً وذلك من منظور المعايير الثلاثة الموضحة بالجدول. فمن منظور المعيار الأول الذى تعبر عنه العبارة الأولى "يتطلب منتجنا تعديلات محددة كى يلائم متطلبات العميل" نجد أن هناك نسبة أكبر من الشركات تستخدم القناة المباشرة مقارنة بتلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (٩٣,٨٪ مقابل ٦,٢٪).

ومن منظور المعيار الثانى، والذى تعبر عنه العبارة الثانية "يتم تصنيع منتجنا ليكون متماثلاً وملائماً لكل العملاء" نجد أن هناك نسبة كبيرة من الشركات محل الدراسة التى لم توافق على هذه العبارة (وهذا يعنى تأكيد لنظام الإنتاج حسب متطلبات العميل وليس نمطياً) تستخدم القناة المباشرة (٨٦,٥٪) مقابل تلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (١٣,٥).

وبالنسبة للمعيار الثالث، والذى تدل عليه الـبارة الثالثة، "يتم تصنيع منتجنا حسب الطلب" - أخذاً بالحسبان أنها تعنى ضمناً الأخذ بعين الاعتبار

المتطلبات والمواصفات التى يحددها العميل بجانب تحديده للكمية وللوقت- فإننا نلاحظ أيضاً أن هناك نسبة أكبر من الشركات -من منظور هذا المعيار- تستخدم القناة المباشرة (٨٢,٩٪) مقابل تلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (١٧,١٪).

وعلى النقيض من هذه النتائج؛ وكما يتضح من الجدول (٩) فى جانبه الأيسر، فإننا نلاحظ أن هناك نسبة أقل من الشركات التى تتبع أسلوب الإنتاج النمطى تستخدم القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة من منظور المعايير الثلاثة المذكورة، حيث تبلغ النسب -على التوالى- ٢٣,٥٪ مباشر مقابل ٧٦,٥٪ غير مباشر للمعيار الأول؛ ٢٣,١٪ مباشر مقابل ٧٦,٩٪ غير مباشر للمعيار الثانى؛ ٣٣,٣٪ مباشر مقابل ٦٦,٧٪ غير مباشر للمعيار الثالث.

## جدول رقم (٩)

## طريقة إنتاج المنتج، وطبيعة القناة المختارة (مباشرة/ غير مباشرة)

| طبيعة قناة التوزيع المختارة / معايير طرق الإنتاج | الإنتاج حسب متطلبات العميل | | | | | | الإنتاج متماثل نمطي | | | | | | ن | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١- يتطلب منتجنا (خدمتنا) تعديلات محددة كى يلائم متطلبات العميل | ٣٠ | ٩٣,٨ | ٢ | ٦,٢ | ٣٢ | ١٠٠ | ٤ | ٢٣,٥ | ١٣ | ٧٦,٥ | ١٧ | ١٠٠ | ٤٩ | *٢١,٩ |
| ٢- يتم تصنيع منتجنا (خدمتنا) لكى يكون متماثلاً لكل العملاء | ٣٢ | ٨٦,٥ | ٥ | ١٣,٥ | ٣٧ | ١٠٠ | ٣ | ٢٣,١ | ١٠ | ٧٦,٩ | ١٣ | ١٠٠ | ٥٠ | *١٥,٥ |
| ٣- يتم تصنيع منتجنا (خدمتنا) حسب الطلب | ٣٤ | ٨٢,٩ | ٧ | ١٧,١ | ٤١ | ١٠٠ | ٤ | ٣٣,٣ | ٨ | ٦٦,٧ | ١٢ | ١٠٠ | ٥٣ | *٩,٤ |

* معنوى عند مستوى ٥٪.

وباختبار المعنوية باستخدام الاختبار ذى الطرف الواحد مع مربع "كا" نجد أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنوية ٥٪ بالنسبة للمعايير الموضحة بالجدول، وعليه يرفض فرض العدل ويقبل الفرض البديل الرابع فى شقه الأول.

**ب- الإنتاج حسب متطلبات العميل، ونوع القناة المباشرة المستخدمة (رجال البيع/ منافذ البيع التابعة للشركة/ تسويق مباشر).**

فيما يتعلق بالشق الثانى من قرار اختيار القناة والخاص بنوع القناة المباشرة (رجال بيع/ منافذ بيع/ تسويق مباشر)، فكما يتضح من تحليل بيانات الدراسة الميدانية التى يعرضها الجدول رقم (١٠)، ومن منظور نفس المعايير الثلاثة الموضحة بالجدول السابق رقم (٩)، نجد أن تكرار استخدام رجال البيع/ منافذ البيع التابعة للشركة يتزايد أيضاً كلما كان الإنتاج يتم حسب متطلبات العميل (عمولة المنتج) ويتناقص استخدام التسويق المباشر. فبالنسبة للمعيار الأول نلاحظ أن نسبة تكرار استخدام رجال البيع/ منافذ البيع أكبر من نسبة تكرار استخدام التسويق المباشر حيث تصل النسبة إلى ٩٥,٦٪ مقابل ٤,٤٪. وبالنسبة للمعيار الثانى – أخذاً بالحسبان نفس الملاحظة التى نوهنا إليها سابقاً– نجد أن نسبة تكرار استخدام رجال البيع/ منافذ البيع أكبر من نسبة تكرار استخدام التسويق المباشر حيث النسبة ٩٤,٣٪ مقابل ٥,٧٪ فقط على التوالى. وفيما يتعلق بالمعيار الثالث، فإن نسبة تكرار استخدام رجال البيع/ منافذ البيع التابعة للشركة أكبر من نسبة تكرار استخدام التسويق المباشر (٩٤,٤٪ مقابل ٥,٦٪).

وعلى النقيض من هذه النتائج تماماً، نجد أن نسبة تكرار استخدام رجال البيع / منافذ البيع المملوكة للشركة تتناقص قليلاً مقارنة بنسبة تكرار استخدام التسويق المباشر فى حالة الإنتاج وفقاً للأسلوب النمطى. فمن نفس الجدول رقم (١٠)، ومن منظور المعيار الأول، نجد أن هناك نسبة تكرار أقل نسبياً من الشركات تستخدم رجال البيع و(أو) منافذ البيع المملوكة للشركة مقارنة بنسبة تكرار الشركات التى تستخدم التسويق المباشر (٣٣,٣٪ مقابل ٦٦,٧٪). وبالنسبة للمعيار الثانى نجد أن نسبة تكرار استخدام رجال البيع/ منافذ البيع التابعة للشركة تتناقص نسبياً مقارنة بنسبة تكرار استخدام التسويق المباشر حيث لا تزيد النسبة عن ٤٢,٩٪ مقابل ٥٧,١٪ على التوالى. ومن منظور المعيار الثالث نلاحظ أن نسبة تكرار استخدام رجال البيع/ منافذ البيع تعادل نسبة تكرار استخدام التسويق المباشر إذ تصل النسبة فى كل منهما إلى ٥٠٪.

وباختبار المعنوية باستخدام نفس الاختبار السابق يتضح أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنوية ٥٪ وذلك بالنسبة للمعيارين الأول والثانى فى حين لم تكن معنوية بالنسبة للمعيار الثالث.

وعليه، وبشكل عام، وأخذاً بالحسبان نتيجة اختبار المعنوية للشق الأول من الفرض الرابع البديل، يرفض فرض العدم ويقبل الفرض البديل الرابع.

جدول رقم (١٠)

طريقة إنتاج المنتج ونوع القناة المباشرة المستخدمة

| نوع القناة المباشرة المستخدمة / معايير طرق الإنتاج | الإنتاج حسب متطلبات العمل | | | | | الإنتاج المتماثل النمطي | | | | | مجموع التكرارات | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | رجال بيع/ منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | رجال بيع/ منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | | ع | ٪ | ع | ٪ | | | |
| ١- يتطلب منتجنا (خدمتنا) تعديلات محددة كي يلائم متطلبات العميل | ٤٤ | ٩٥,٦ | ٢ | ٤,٤ | ٤٦ | ٢ | ٣٣,٣ | ٤ | ٦٦,٧ | ٦ | ٥٢ | *٨,٣ |
| ٢- يتم تصنيع منتجنا (خدمتنا) ليكون متماثلاً لكل العملاء | ٥٠ | ٩٤,٣ | ٣ | ٥,٧ | ٥٣ | ٣ | ٤٢,٩ | ٤ | ٥٧,١ | ٧ | ٦٠ | *٦,٥ |
| ٣- يتم تصنيع منتجنا (خدمتنا) حسب الطلب | ٥١ | ٩٤,٤ | ٣ | ٥,٦ | ٥٤ | ٤ | ٥٠ | ٤ | ٥٠ | ٨ | ٦٢ | □٥,٥ |

* معنوى عند مستوى ٥٪

□ غير معنوى.

## ٥- تمايز المنتج، وطبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة:

### أ- تمايز المنتج، وطبيعة قناة التوزيع المختارة (مباشرة/ غير مباشرة):

يتضح من تحليل بيانات الدراسة الميدانية، وكما هو موضح بالجدول رقم (١١)، أن لتمايز المنتج تأثير واضح على قرار اختيار قناة التوزيع من حيث المباشرة وغير المباشرة، وذلك من منظور المعايير الموضحة بالجدول والتى تعبر عنها العبارات الخمس المذكورة. فبالنسبة للمعيار الأول المتعلق "بصعوبة تقليد أو محاكاة المنافسين للمنتج" نلاحظ أن هناك نسبة أكبر من الشركات التى يتمتع منتجها بدرجة عالية من التمايز -من منظور هذا المعيار- تستخدم القناة المباشرة (٨٨,٦٪) مقابل ١١,٤٪ من الشركات من هده الفئة التى تستخدم القناة غير المباشرة. وعلى النقيض من ذلك -وكما يتضح من نفس الجدول- نجد أن هناك نسبة أقل من الشركات التى لا يتمتع منتجها بدرجة عالية من التمايز -من منظور المعيار الأول أيضاً- تستخدم القناة المباشرة مقارنة بتلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (٣٥,٣٪ مباشرة مقابل ٦٤,٧٪ غير مباشرة على التوالى).

وبالنسبة للمعيار الثانى وهو "تمتع المنتج بمميزات فريدة جداً عن باقى المنتجات المشابهة فى السوق"، والمعيار الثالث وهو "اعتقاد العملاء بعدم إمكانية الاستعاضة عن منتج الشركة بمنتج بديل منافس"، والمعيار الرابع" اعتقاد معظم العملاء ببساطة منتج الشركة وعدم "تعقيدة"، والمعيار الخامس وهو "تفضيل معظم العملاء لمنتج الشركة عن بقية المنتجات"..، فإن من الواضح من الجدول رقم (١١) أن نسبة الشركات التى يتسم منتجها بدرجة عالية من التمايز من منظور هذه المعايير الأربعة وتستخدم القناة المباشرة

أكبر من نسبة الشركات من هذه الفئة التى تستخدم القناة غير المباشرة، إذ تبلغ النسب ٨٧,٨٪ مباشر مقابل ١٢,٢٪ غير مباشر للمعيار الثانى، ٩٠,٣٪ مباشر مقابل ٩,٧٪ غير مباشر للمعيار الثالث؛ ٨٣,٣٪ مباشر مقابل ١٦,٧٪ غير مباشر للمعيار الرابع، ٨١,٤٪ مباشر مقابل ١٨,٦٪ غير مباشر للمعيار الخامس.

ومن جانب آخر، فإنه بالنسبة للشركات التى لا يتمايز منتجها -من منظور المعايير الأربعة الأخيرة السابقة، فإن نسبة من يستخدم القناة المباشرة تقل عن مثيلاتها التى تستخدم القناة غير المباشرة؛ إذ هى ١٦,٧٪ مباشر مقابل ٨٣,٣٪ غير مباشر بالنسبة للمعيار الثانى، ٤٠٪ مباشر مقابل ٦٠٪ غير مباشر للمعيارين الثالث والرابع؛ ٣٠٪ مباشر مقابل ٧٠٪ غير مباشر للمعيار الخامس.

أما بالنسبة للمعيار السادس والأخير وهو "لايعتقد معظم عملائنا بتفرد منتجنا -أخذاً بالحسبان إجابات المستقصى منهم الذين لم يوافقوا على العبارة السادسة الدالة على هذا المعيار والذى يعنى تأكيدهم لتمايز منتجات شركاتهم- فمن الملاحظ أن هناك نسبة أكبر من الشركات التى يتمتع منتجها بالتمايز - من منظور هذا المعيار- تستخدم القناة المباشرة (٨٤,٦٪) مقارنة بنسبة الشركات من هذه الفئة والتى تستخدم القناة غير المباشرة (١٥,٤٪). وعلى النقيض من ذلك، وفى حالة عدم تمايز منتج الشركة عن منتجات الشركات الأخرى -من منظور هذا المعيار أيضاً- فإن من الملاحظ وجود نسبة أقل من الشركات من هذه الفئة تستخدم القناة المباشرة (٣٠,٨٪) مقابل نسبة أكبر من الشركات من هذه الفئة تستخدم القناة غير المباشرة (٦٩,٢٪).

وباختبار المعنوية باستخدام الاختبار ذى الطرف الواحد مع مربع «كـا» يتضح أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكـبر مـن قيمتهـا الحرجـة عنـد مسـتوى معنويـة ٥٪، مما يعنى رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الخامس (جزئياً) فـى شقه الأول.

## جدول رقم (١١)

## درجة تمايز المنتج، وطبيعة قناة التوزيع المختارة (مباشرة/ غير مباشرة)

| طبيعة قناة التوزيع المختارة / معايير تمايز المنتج | درجة عالية من التمايز | | | | | | درجة منخفضة من التمايز | | | | | | ن | الاختيار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١- يصعب على معظم المنافسين تقليد أو محاكاة منتجنا (خدمتنا) | ٣١ | ٨٨,٦ | ٤ | ١١,٤ | ٣٥ | ١٠٠ | ٦ | ٣٥,٣ | ١١ | ٦٤,٧ | ١٧ | ١٠٠ | ٥٢ | *١٣ |
| ٢- يتمتع منتجنا (خدمتنا) بمميزات فريدة جداً عن باقي المنتجات المشابهة في السوق | ٣٦ | ٨٧,٨ | ٥ | ١٢,٢ | ٤١ | ١٠٠ | ٢ | ١٦,٧ | ١٠ | ٨٣,٣ | ١٢ | ١٠٠ | ٥٣ | *١٨,٨ |
| ٣- يعتقد معظم عملائنا بعدم امكانية الاستعاضة عن منتجنا (خدمتنا) بمنتج بديل منافس | ٢٨ | ٩٠,٣ | ٣ | ٩,٧ | ٣١ | ١٠٠ | ٨ | ٤٠ | ١٢ | ٦٠ | ٢٠ | ١٠٠ | ٥١ | *١٢,٣ |
| ٤- يعتقد معظم عملائنا بأن منتجنا (خدمتنا) بسيط وغير معقد | ٣٠ | ٨٣,٣ | ٦ | ١٦,٧ | ٣٦ | ١٠٠ | ٦ | ٤٠ | ٩ | ٦٠ | ١٥ | ١٠٠ | ٥١ | *٧,٩ |
| ٥- يفضل معظم عملائنا منتجنا (خدمتنا) عن بقية المنتجات | ٣٥ | ٨١,٤ | ٨ | ١٨,٦ | ٤٣ | ١٠٠ | ٣ | ٣٠ | ٧ | ٧٠ | ١٠ | ١٠٠ | ٥٣ | *٥٢.٨ |
| ٦- لا يعتقد معظم عملائنا بتفرد منتجنا (خدمتنا) | ٣٣ | ٨٤,٦ | ٦ | ١٥,٤ | ٣٩ | ١٠٠ | ٤ | ٣٠,٨ | ٩ | ٦٩,٢ | ١٣ | ١٠٠ | ٥٢ | *١١,٣ |

* معنوى عند مستوى معنوية ٥٪.

**ب- تمايز المنتج، ونوع القناة المباشرة المستخدمة (رجال بيع/ منافذ بيع/ تسويق مباشر).**

بتحليل بيانات الجدول رقم (١٢) الخاص بتحديد مدى تأثير تمايز المنتج على اختيار نوع القناة المباشرة المستخدمة (رجال بيع/ منافذ بيع/ تسويق مباشر) يتضح أن نسبة تكرارات استخدام الشركات التى يتمايز منتجها بدرجة عالية عن منتجات الشركات المنافسة لرجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة تفوق نسبة تكرارات استخدام الشركات من هذه الفئة للتسويق المباشر وذلك من منظور المعايير الستة المذكورة بالجدول. ونظراً لمخالفة هذه النتائج من التحليل للشق الثانى من الفرض البديل الخامس، فليس هناك داع للتعقيب أو لشرح النسب لكل معيار وبالتالى لا جدوى من اختبار المعنوية. وعليه يمكننا القول بأننا لا نستطيع رفض فرض العدم "جزئياً" وبالتالى لم تثبت صحة الفرض البديل الخامس فى شقه الثانى.

وعموماً، وأخذاً بالحسبان نتيجة اختبار المعنوية للشق الأول من الفرض الخامس، يمكن القول -بتحفظ- برفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الخامس جزئياً.

## جدول رقم (١٢)

## درجة تمايز المنتج، ونوع القناة المباشرة المستخدمة

| نوع القناة المباشرة المستخدمة / معايير تمايز المنتج | درجة عالية من التمايز | | | | | درجة منخفضة من التمايز | | | | | مجموع التكرارات |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | رجال البيع/ منافذ البيع | | تسويق مباشر | | تكرار | رجال بيع/ منافذ بيع | | تسويق مباشر | | تكرار | |
| | ع | ٪ | ع | ٪ | | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١- يصعب على معظم المنافسين تقليد أو محاكاة منتجنا (خدمتنا) | ٣٢ | ٦٤,١ | ٢ | ٥,٩ | ٣٤ | ٦ | ٥٤,٥ | ٥ | ٤٥,٥ | ١١ | ٤٥ |
| ٢- يتمتع منتجنا (خدمتنا) بمميزات فريدة جداً عن باقي المنتجات المشابهة في السوق | ٥٣ | ٩٦,٤ | ٢ | ٣,٦ | ٥٥ | ٥ | ٥٥,٦ | ٤ | ٤٤,٤ | ٩ | ٦٤ |
| ٣- يعتقد معظم عملائنا بعدم إمكانية الاستعاضة عن منتجنا (خدمتنا) بمنتج بديل منافس | ٤٩ | ٩٦,١ | ٢ | ٣,٩ | ٥١ | ٨ | ٦١,٥ | ٥ | ٣٨,٥ | ١٣ | ٦٤ |
| ٤- يعتقد معظم عملائنا بأن منتجنا (خدمتنا) بسيط وغير معقد | ٥٣ | ٩٦,٤ | ٢ | ٣,٦ | ٥٥ | ٧ | ٧٠ | ٣ | ٣٠ | ١٠ | ٦٥ |
| ٥- يفضل معظم عملائنا منتجنا (خدمتنا) عن بقية المنتجات | ٤٧ | ٩٥,٩ | ٢ | ٤,١ | ٤٩ | ٥ | ٦٢,٥ | ٣ | ٣٧,٥ | ٨ | ٥٧ |
| ٦- لا يعتقد معظم عملائنا بتفرد منتجنا (خدمتنا) | ٣٧ | ٩٤,٩ | ٢ | ٥,١ | ٣٩ | ٦ | ٦٦,٧ | ٣ | ٣٣,٣ | ٩ | ٤٨ |

## ٦- المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياته، وطبيعة ونوع قناة التوزيع المختارة:

### أ- المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياته، وطبيعة القناة المستخدمة (مباشرة/ غير مباشرة).

من الجدول رقم (١٣) والخاص بتحليل تأثير المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياته على قرار اختيار قناة التوزيع من حيث المباشرة وغير المباشرة، يتضح أن هناك نسبة أكبر من الشركات التى لم يصل منتجها إلى مرحلة النضج تستخدم القناة المباشرة (٩٠,٩٪) بالمقارنة بتلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (٩,١٪).

وعلى النقيض من ذلك، يتضح من نفس الجدول أن نسبة الشركات التى وصل منتجها إلى مرحلة النضج وتستخدم القناة المباشرة اقل من تلك التى تستخدم القناة غير المباشرة (٤٠٪ مقابل ٦٠٪).

جدول رقم (١٣)

المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياته

وطبيعة القناة المختارة (مباشرة / غير مباشرة)

| مراحل ما قبل النضج | | | | | | مرحلة النضج | | | | | | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | مباشر | | غير مباشر | | مجموع | | |
| ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | |
| ٣٠ | ٩٠,٩ | ٣ | ٩,١ | ٣٣ | ١٠٠ | ٨ | ٤٠ | ١٢ | ٦٠ | ٢٠ | ١٠٠ | *٨,٩٩ |

* معنوى عند مستوى ٥٪.

وباختبار المعنوية باستخدام الاختبار ذى الطرف الواحد مع مربع «كـا» يتضح أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنوية ٥٪، وبذا يرفض فرض العدم ويقبل الفرض البديل السادس فى شقه الأول.

**ب- المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياته، ونوع القناة المباشرة المستخدمة (رجال البيع/ منافذ البيع/ التسويق المباشر).**

فيما يتعلق بالشق الثانى من قرار اختيار القناة والخاص بتحديد نوع القناة المباشرة المستخدمة (رجال بيع - منافذ بيع- تسويق مباشر) يتضح من الجدول رقم (١٤) أن نسبة تكرار استخدام الشركات التى لم يصل منتجها إلى مرحلة النضج لرجال البيع/ منافذ البيع التابعة للشركة أكبر من نسبة تكرار استخدام هذه الفئة من الشركات للتسويق المباشر حيث النسبة ٨٦٪، ١٤٪ على التوالى. وعلى النقيض من ذلك تماماً، نجد أن نسبة تكرار استخدام الشركات التى وصل منتجها إلى مرحلة النضج للتسويق المباشر تتساوى مع نسبة تكرار استخدام هذه الفئة من الشركات لرجال البيع/ منافذ البيع التابعة للشركة حيث تصل النسبة إلى ٥٠٪ لكل منهما.

وباختبار المعنوية باستخدام نفس الاختبار السابق، يتضح أن قيمة $\chi^2$ المحسوبة أكبر من قيمتها الحرجة عند مستوى معنوية ٥٪، وبناء عليه، وأخذاً بالحسبان نتيجة اختبار المعنوية للشق الأول من الفرض البديل السادس، يرفض فرض العدم ويقبل الفرض البديل السادس.

## جدول رقم (١٤)

## المرحلة التى يمر بها المنتج خلال دورة حياته ونوع القناة المباشرة المستخدمة

| مراحل ما قبل النضج | | | | | | مرحلة النضج | | | | | | الاختبار ذو الطرف الواحد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| رجال البيع/ منافذ البيع | | التسويق المباشر | | التكرارات | | رجال البيع/ منافذ البيع | | التسويق المباشر | | التكرارات | | |
| ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | |
| ٣٧ | ٨٦ | ٦ | ١٤ | ٤٣ | ١٠٠ | ٦ | ٥٠ | ٦ | ٥٠ | ١٢ | ١٠٠ | *٨,٧٤ |

* معنوى عند مستوى ٥٪.

## ثانياً: اتجاهات الشركات الصناعية محل الدراسة نحو أهمية واستخدام الطرق المختلفة للتوزيع المباشر بوجه عام ونحو أهمية واستخدام الطرق المختلفة للتسويق المباشر بوجه خاص

### ١- اتجاهات الشركات الصناعية محل الدراسة نحو أهمية واستخدام الطرق المختلفة للتوزيع المباشر بوجه عام.

يتضح من تحليل إجابات المستقصى منهم عن السؤال العاشر -والتى يعرضها الجدول رقم (١٥) أن هناك اهتماماً (وكذا استخداماً) متزايداً لرجال البيع العاملين لدى الشركة وكذا لمنافذ البيع (أو العرض) المملوكة للشركة. وتأتى منافذ البيع (أو العرض) المملوكة للشركة فى المرتبة الأولى من حيث الأهمية والاستخدام حيث تصل نسبة ذلك إلى ٨٦,٨٪، يلى هذا فى المرتبة الثانية مندوبو البيع العاملين لدى الشركة حيث تصل النسبة إلى ٧٩,٢٪، أما فيما يتعلق بأهمية واستخدام التسويق المباشر فقد جاءت فى المرتبة الأخيرة حيث لم تزد النسبة عن ٤٥,٢٪.

جدول رقم (١٥)

مدى أهمية (واستخدام) طرق التوزيع المباشر

| طرق التوزيع المباشر | غير مهمة على الاطلاق | | قليلة الأهمية | | متوسطة الأهمية | | مهمة | | مهمة جداً | | ن | χ2 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١- مندبوا البيع | ١١ | ٢٠,٨ | ١٠ | ١٨,٩ | ٧ | ١٣,٢ | ١٣ | ٢٤,٥ | ٢٢ | ٢٢,٦ | ٥٣ | *٢٠,٤ |
| ٢- منافذ البيع والعرض | ٧ | ١٣,٢ | ١٤ | ٢٦,٤ | - | - | ١٤ | ٢٦,٤ | ١٨ | ٣٤ | ٥٣ | *٢٠,٩ |
| ٣- التسويق المباشر | ٢٩ | ٥٤,٧ | ١٤ | ٢٦,٤ | ٧ | ١٣,٢ | ٢ | ٣,٨ | ١ | ١,٩ | ٥٣ | *٢٧٤,٣ |

* معنوى عند مستوى ٥٪.

وباختبار المعنوية باستخدام إحصاء مربع «كـا» - وكما يتضح من الجدول رقم.(١٥) يتضح أن الفروق فى

النسب

معنوية عند مستوى ٥٪ و ٤ درجات حرية.

## ٢- مدى استخدام طرق التسويق المباشر:

بسؤال المستقصى منهم عن تحديد مدى استخدامهم لطرق التسويق المباشر المختلفة (السؤال الحادى عشر)، كانت إجاباتهم كما يوضحها الجدول (١٦). من هذا الجدول يتضح أن أكثر طرق التسويق المباشر استخداماً (بدرجات الاستخدام المختلفة الموضحة بالجدول) هو "التليفون" حيث بلغت نسبة استخدامه ٩٨,١٪ مقابل ١,٩٪ لم تستخدمها على الإطلاق. وعلى العكس من هذا نجد أن أكثر الطرق التى لم تستخدم إطلاقاً هو "التليفزيون" حيث تصل نسبة ذلك إلى ٨٤,٩٪ مقابل ١٥,١٪ يستخدمونها بدرجات متفاوتة، يلى ذلك "البريد المباشر" حيث بلغت نسبة الذين لم يستخدموه على الإطلاق ٨١,١٪ مقابل ١٨,٩٪ يستخدمونه بدرجات متفاوتة، ثم يلى ذلك "الفاكس" حيث أن نسبة من لم يستخدمه إطلاقاً بلغت ٧٧,٤٪ مقابل ٢٢,٦٪ يستخدمونها بدرجات متفاوتة. وأخيراً تأتى "الكتالوجات" حيث بلغت نسبة من لم يستخدمها إطلاقاً ٦٩,٨٪ مقابل ٣٠,٢٪ يستخدمونها بدرجات متفاوتة.

جدول رقم (١٦)

مدى استخدام طرق التسويق المباشر

| طرق التسويق المباشر المستخدمة | لا تستخدم إطلاقاً | | قليلة الاستخدام | | متوسطة الاستخدام | | كثيرة الاستخدام | | تستخدم دائماً | | ن | χ2 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١-البريد المباشر | ٤٣ | ٨١,١ | ٦ | ١١,٣ | ٢ | ٣,٨ | ٢ | ٣,٨ | – | – | ٥٣ | *٤٨٠,٩ |
| ٢- الكتالوجات | ٣٧ | ٦٩,٨ | ٩ | ١٧ | ٧ | ١٣,٢ | – | – | – | – | ٥٣ | *٣٥٢,٢ |
| ٣- التليفون | ١ | ١,٩ | ١٢ | ٢٢,٦ | ١٧ | ٣٢,١ | ١٦ | ٣٠,٢ | ٧ | ١٣,٢ | ٥٣ | *١٥,٨ |
| ٤- الفاكس | ٤١ | ٧٧,٤ | ١٢ | ٢٢,٦ | – | – | – | – | – | – | ٥٣ | *٤٤٧,٦ |
| ٥- التليفزيون | ٤٥ | ٨٤,٩ | ٦ | ١١,٣ | ٢ | ٣,٨ | – | – | – | – | ٥٣ | *٥٣١,٢ |

* معنوى عند مستوى ٥٪.

وباختبار المعنوية باستخدام إحصاء مربع "كا"- كما هو موضح بالجدول رقم (١٦) يتضح أن الفروق فى النسب معنوية عند مستوى ٥٪.

## ٣- مدى أهمية طرق التسويق المباشر المستخدمة:

يتضح من الجدول رقم (١٧) – والذى يعرض تحليل إجابات المستقصى منهم عن السؤال الثانى عشر فيما يتعلق برؤيتهم حول أهمية طرق التسويق المباشر المستخدمة – أن أكثر طرق التسويق المباشر أهمية هو "التليفون" حيث بلغت نسبة من يراها مهمة (بدرجات متفاوتة كما هو موضح بالجدول) ٨١,١٪ مقابل ١٨,٩٪ لمن يراها غير مهمة على الإطلاق. أما بالنسبة لبقية الطرق فكما يتضح من الجدول أن الغالبية العظمى من المستقصى منهم تراها غير مهمة على الإطلاق، إذ تصل هذه النسب إلى ٨٨,٧٪ "للتليفزيون"، ٧٧,٤٪ لكل من "البريد المباشر" و"الكتالوجات"، ثم أخيراً يأتى الفاكس حيث تصل النسبة إلى ٦٧,٩٪.

جدول رقم (١٧)

مدى أهمية طرق التسويق المباشر المستخدمة

| طرق التسويق المباشر | غير مهمة على الاطلاق | | قليلة الأهمية | | متوسطة الأهمية | | مهمة | | مهمة جداً | | ن | $\chi2$ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١-البريد المباشر | ٤١ | ٧٧,٤ | ٨ | ١٥ | ٢ | ٣,٨ | ٢ | ٣,٨ | - | - | ٥٣ | ٤٣٨,٥* |
| ٢- الكتالوجات | ٤١ | ٧٧,٤ | ٤ | ٧,٥ | ٧ | ١٣,٢ | ١ | ١,٩ | - | - | ٥٣ | ٤٣٤,٢* |
| ٣- التليفون | ١٠ | ١٨,٩ | ٧ | ١٣,٢ | ٢٢ | ٤١,٥ | ١٤ | ٢٦,٤ | - | - | ٥٣ | ٣١,٤* |
| ٤- الفاكس | ٣٦ | ٦٧,٩ | ١٧ | ٣٢,١ | - | - | - | - | - | - | ٥٣ | ٣٥٨,٦* |
| ٥- التليفزيون | ٤٧ | ٨٨,٧ | ٦ | ١١,٣ | - | - | - | - | - | - | ٥٣ | ٧٤٢,٧* |

* مستوى معنوية ٥٪.

وباختبار المعنوية باستخدام إحصاء مربع "كا" يتضح أن الفروق فى النسب معنوية عند مستوى معنوية ٥٪.

## ثالثاً: أهم المعوقات أمام استخدام الشركات الصناعية للتسويق المباشر كقناة للتوزيع

استشعاراً من الباحث بأن استخدام الشركات الصناعية للتسويق المباشر ليس بالقدر الكافى رغم توافر دواعى استخدامه، فقد طرح على المستقصى منهم سؤالاً يتضمن عدة عبارات تعكس الأسباب أو المعوقات التى تحول دون اتخاذهم قراراً باختيار طرق التسويق المباشر فى حالة ما إذا كان من الملائم استخدام قناة التوزيع المباشر. والجدول التالى رقم (١٨) يوضح إجابات المستقصى منهم عن السؤال الأخير الخاص بذلك.

ومن النظرة الفاحصة للجدول يتضح أن المعوقات تندرج تحت مجموعتين أساسيتين وهما مجموعة المعوقات الداخلية، التى تقع تحت سيطرة الإدارة وتستطيع التحكم فيها، ومجموعة المعوقات الخارجية التى تخرج عن إرادة الشركة ولا تستطيع التحكم فيها.

ويأتى فى مقدمة المجموعة الأولى - وفقاً لترتيبها حسب الأهمية- "عدم توافر قائمة حديثة ودقيقة بعناوين العملاء" إذ بلغت نسبة من يعتقد أن لهذا العائق تأثير على قرار اختيار التسويق المباشر ٧٥,٤٪ (مؤثر إلى حدٍ ما + مؤثر إلى حد كبير)، يلى ذلك فى المرتبة الثانية عائق "عدم توافر مصادر التمويل" إذ بلغت نسبة من يرونه مؤثراً على قرار الاختيار ٥٤,٧٪، ثم جاء فى المرتبة الثالثة عائق "عدم توافر وسائل مواصلات مناسبة " وحصل على نسبة ٥٢,٩٪، وجاء فى المرتبة الرابعة معوق "صعوبة تحصيل مستحقاتنا المالية لدى العملاء والذى حصل على نسبة ٤١,٦٪، فى حين جاء فى

المرتبة الخامسة عائق "عدم اقتناع إدارة الشركة باستخدام التسويق المباشر وحصل على نسبة ١٥,١٪.

وفيما يتعلق بالمعوقات الخارجية، فقد جاء فى المرتبة الأولى من حيث التأثير على القرار معوق "انخفاض كفاءة خدمات البريد" حيث بلغت نسبة من يراه مؤثراً على قرار الاختيار ٥٨,٥٪ (مؤثر إلى حد ما + مؤثر إلى حد كبير)، وجاء بالمرتبة الثانية عائق "القيود الحكومية" وذلك بنسبة ٥٢,٩٪، ثم عائق "انخفاض وعى العميل بدور التسويق المباشر" فى المرتبة الثالثة بنسبة ٤٥,٣٪، ثم أخيراً جاء عائق "عدم ثقة العميل فى طرق التسويق المباشر" وذلك بنسبة ١٨,٩٪.

جدول رقم (١٨)

المعوقات المؤثرة على قرار الشركة اختيار طرق التسويق المباشر

| مدى التأثير على قرار اختيار طرق التسويق المباشر / العبارات الدالة على المعوقات | لا يؤثر اطلاقا | | لا يؤثر إلى حد ما | | غير محدد | | مؤثر إلى حد ما | | مؤثر إلى حد كبير | | ن | $\chi2$ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | ع | ٪ | | |
| ١- انخفاض كفاءة خدمات البريد | ١٣ | ٢٤,٥ | ٧ | ١٣,٢ | ٢ | ٣,٨ | ٢٢ | ٤١,٥ | ٩ | ١٧ | ٥٣ | *٤١,٥ |
| ٢- عدم توافر قائمة حديثة ودقيقة بعناوين العملاء | ٢ | ٣,٨ | ٨ | ١٥,١ | ٣ | ٥,٧ | ٢٢ | ٤١,٥ | ١٨ | ٣٣,٩ | ٥٣ | *١٠,٦ |
| ٣- عدم توافر وسائل المواصلات المناسبة لتوصيل الطلبيات | ١٩ | ٣٥,٨ | ٦ | ١١,٣ | – | – | ١٦ | ٣٠,٢ | ١٢ | ٢٢,٧ | ٥٣ | *٨١,٥ |
| ٤- عدم توافر مصادر تمويل | ٤ | ٧,٥ | ١٨ | ٣٤ | ٢ | ٣,٨ | ١٤ | ٢٦,٤ | ١٥ | ٢٨,٣ | ٥٣ | *٢٤,٢ |
| ٥- عدم ثقة العميل بطرق التسويق المباشر | ١٥ | ٢٨,٣ | ٢٣ | ٤٣,٤ | ٥ | ٩,٤ | ٧ | ١٣,٢ | ٣ | ٥,٧ | ٥٣ | *٩٢,١ |
| ٦- صعوبة تحصيل مستحقاتنا المالية لدى العملاء | ٦ | ١١,٣ | ٢١ | ٣٩,٦ | ٤ | ٧,٥ | ١٨ | ٣٤,١ | ٤ | ٧,٥ | ٥٣ | *٤٤,٨ |
| ٧- عدم إقتناع إدارة الشركة باستخدام طرق التسويق المباشر | ١٧ | ٣٢,١ | ٢٥ | ٤٧,١ | ٣ | ٥,٧ | ٨ | ١٥,١ | – | – | ٥٣ | *١٢٢,٩ |
| ٨- انخفاض وعي العميل بدور التسويق المباشر | ١٤ | ٢٦,٤ | ١٠ | ١٨,٩ | ٥ | ٩,٤ | ٢٣ | ٤٣,٤ | ١ | ١,٩ | ٥٣ | *٦٨,٩ |
| ٩- القيود الحكومية | ٩ | ١٧ | ١٢ | ٢٢,٦ | ٤ | ٧,٥ | ٢١ | ٣٩,٧ | ٧ | ١٣,٢ | ٥٣ | *٢٥,٩ |

* معنوى عند مستوى ٥٪.

وباختبار معنوية الفروق فى النسب باستخدام إحصاء مربع "كا"، اتضح أنها معنوية عند مستوى ٥٪ وأربع درجات حرية.

# رابعاً: خاتمة

## أ - النتائج والتوصيات:

### أولاً: النتائج:

١- هناك اتجاه متزايد لدى غالبية الشركات الصناعية محل الدراسة نحو استخدام قنوات التوزيع المباشر بدرجة تفوق استخدام قنوات التوزيع غير المباشر وذلك عندما تتزايد درجة تعقيد المنتج (أو الخدمة)، وهذا راجع إلى أن القناة المباشرة تناسب أكثر طبيعة المنتج المعقد الذى يتسم عادة بصعوبة التركيب أو الاستخدام من قبل المستهلك؛ وحاجته إلى معرفة فنية للتركيب أو الاستخدام، وحاجته إلى تدريب خاص لتسويقه، إضافة إلىٰ أهمية خدمات ما بعد البيع التى يحتاجها هذا المنتج.

٢- فيما يتعلق باختيار نوع القناة المباشرة، فإنه كلما تزايدت درجة تعقيد المنتج يتناقص استخدام الشركات محل الدراسة للتسويق المباشر ويتزايد الاتجاه نحو استخدام رجال البيع العاملين لدى الشركة و(أو) منافذ البيع المملوكة للشركة لأنهما يكونان أكثر ملاءمة ومناسبة لتحقيق متطلبات توزيع هذا النوع من المنتجات.

٣- تميل الغالبية العظمى من الشركات الصناعية محل الدراسة إلى استخدام القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة فى حالة ارتفاع قيمة وحدة المنتج (أو ارتفاع تكلفة شراء وحدة المنتج). فارتفاع قيمة وحدة المنتج تتطلب قيام العميل باتخاذ قرار مالى هام؛ وإنفاق وقت طويل للاستقصاء والتحرى قبل الشراء؛ كما أن هذا المنتج يتطلب قيام الشركة بعمل مفاوضات مطولة مع العميل قبل الشراء، إضافة إلى أن قرار شراء هذا المنتج يتضمن عادة

مخاطرة مالية عالية للعميل؛ وتحميله ثمناً مالياً مرتفعاً مقابل الحصول عليه، وكل هذه المتطلبات تجعل من استخدام القناة المباشرة أفضل من استخدام القناة غير المباشرة.

٤- فيما يتعلق بقرار اختيار نوع القناة المباشرة، ومن منظور ارتفاع قيمة وحدة المنتج، فإن من الملاحظ أنه كلما ارتفعت قيمة وحدة المنتج تناقص اتجاه الشركات محل الدراسة نحو استخدام التسويق المباشر وتزايد استخدام رجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة، حيث أن هاتين الطريقتين - خاصة رجال البيع العاملين لدى الشركة - أجدر على مقابلة المتغيرات المرتبطة بارتفاع قيمة وحدة المنتج السابق الإشارة إليها، وتجعل منها طريقة أكثر تفضيلاً على التسويق المباشر.

٥- تميل الغالبية العظمى من الشركات الصناعية محل الدراسة التى يتكرر شراء منتجها على نحو كبير إلى استخدام القناة المباشرة مقابل القناة غير المباشرة. ذلك أن تكرار التعامل فى المنتج يزيد من تكاليف إدارة ورقابة هذه التعاملات؛ ويزيد من احتمال عدم سماح الوسيط بتدفق المعلومات بين كبار العملاء والشركة، وهذا ما يزيد من تكلفة التصرفات الانتهازية للوسطاء؛ إضافة إلى أنه كلما تكرر شراء المنتج بشكل كبير تناقص متوسط التكلفة الكلية.

٦- تميل غالبية الشركات محل الدراسة، والتى يتكرر شراء منتجها بشكل كبير إلى استخدام رجال البيع و(أو) منافذ البيع (كقناتين مباشرتين) مقارنة باستخدام التسويق المباشر نظراً لأن العوامل المحددة لاستخدام القناة

المباشرة -السابق الإشارة إليها- تدفع هذه الشركات إلى الإقلال من استخدام التسويق المباشر.

٧- يتزايد اتجاه غالبية الشركات الصناعية محل الدراسة إلى استخدام القناة المباشرة مقابل القنوات غير المباشرة كلما تم إنتاج المنتج وفقاً للمتطلبات والمواصفات التى يحددها العملاء (Product Customization).

ففى هذه الطريقة من طرق الإنتاج -خلافاً لطريقة الإنتاج النمطى- تكون الحاجة ماسة إلى معرفة التعديلات المطلوب إجراؤها كى يقابل المنتج هذه المتطلبات. كما أن العملاء يفضلون الاتصال المباشر للتأكد من مراعاة الصانع لهذه المتطلبات التى حددوها؛ إضافة إلى أن هذه الطريقة تتطلب توافر أصول وموجودات مادية وبشرية لدعم البيع والتى غالباً ما يصعب استخدامها خارج نطاق عمليات أو مجالات معينة.

٨- بالنسبة لنوع القناة المباشرة، وفى ضوء إنتاج المنتج حسب متطلبات العميل، تميل غالبية الشركات الصناعية محل الدراسة إلى استخدام رجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة فى حين يتناقص استخدامها للتسويق المباشر، نظراً لأنه لا يوفر الآلية اللازمة لتنفيذ عمليات التعديل والاتصال المباشر المكثف الذى يتم وجهاً لوجه، وهو ما توفره طريقتا رجال البيع ومنافذ البيع.

٩- يتزايد اتجاه غالبية الشركات الصناعية محل الدراسة التى تتمتع منتجاتها بخصائص وسمات محددة تميزها عن غيرها من المنتجات المشابهة فى السوق إلى استخدام القناة المباشرة مقابل استخدام القناة غير المباشرة. فالاتصال المباشر واللصيق بالعملاء، والتغذية العكسية بالمعلومات المتعلقة

بالتغييرات التى تحدث فى السوق وفى سلوك المنافسين تساعد الشركة على الاحتفاظ بتمايز منتجها. كما يساعد الاتصال المباشر الشركة أيضاً على بناء علاقة وطيدة مع العملاء ويزيد من ولائهم لمنتجها، ويمكنها من التعرف على أنماط حياتهم وعاداتهم الشرائية؛ إضافة إلى تمكين الشركة من الرقابة على الأنشطة الترويجية والتسويقية التى تحافظ على السمات المميزة لمنتجها.

١٠- فيما يتعلق بنوع القناة المباشرة، فلقد توصلت الدراسة إلى تزايد استخدام الشركات محل الدراسة التى يتسم منتجها بدرجة عالية من التمايز لرجال البيع و(أو) منافذ البيع المملوكة للشركة، وتناقص استخدام التسويق المباشر، وقد جاءت هذه النتيجة مخالفة للفرض الخامس -خاصة الشق الثانى منه المتعلق باختيار نوع القناة المباشرة- حيث كان من المفترض حدوث العكس لنفس الأسباب السابق الإشارة إليها بالبند (٩). ولعل تحليلنا لأهم المعوقات التى تحول دون اتخاذ الشركة قراراً باستخدام التسويق المباشر يوضح أسباب تفضيل هذه الشركات لاستخدام رجال البيع ومنافذ البيع والتقليل من استخدام التسويق المباشر.

١١- يتزايد استخدام الشركات الصناعية محل الدراسة التى لم يصل منتجها فى دورة حياته إلى مرحلة النضج للقناة المباشرة (٩٠,٩٪) مقابل القناة غير المباشرة (٩,١٪). ففى المراحل المبكرة من دورة حياة المنتج تكون الحاجة ماسة إلى قدرات ومهارات هامة ومحددة لتسويق المنتجات الجديدة، كما تتزايد الحاجة إلى الرقابة على أداء الأنشطة التسويقية نظراً لظروف عدم التأكد من الطلب فى هذه المراحل. أما فى حالة وصول المنتجات إلى مرحلة النضج، فإن الحاجة إلى عمل تخصيص مكثف وعالٍ

للأصول تتناقص؛ كما تنخفض حالة عدم التأكد المرتبطة بأنشطة البيع وبالتالى يكون من المفضل استخدام طرق التوزيع غير المباشرة.

١٢- بخصوص نوع القناة المباشرة المختارة، وفى حالة عدم وصول المنتج إلى مرحلة النضج، فإن الغالبية العظمى من المستقصى منهم (٨٦٪) تميل إلى استخدام رجال البيع و(أو) منافذ البيع التابعة للشركة، لأنهما يوفران الآلية اللازمة لمقابلة المتطلبات السابق الإشارة إليها، فى حين يتناقص استخدام هذه الشركات للتسويق المباشر (١٤٪) نظراً لافتقار هذا المدخل إلى هذه الآليات.

١٣- هناك اتجاه جوهرى عام من قبل الشركات محل الدراسة التى تستخدم القناة المباشرة نحو الإقلال بدرجة أو بأخرى- من استخدام التسويق المباشر (٤٥,٢٪) والتركيز على استخدام منافذ البيع المملوكة للشركة (٨٦,٨٪) ورجال البيع العاملين بالشركة (٧٩,٢٪).

ويؤكد هذا الاتجاه نتائج تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بتأثير العوامل ذات الصلة بالمنتج على تحديد نوع القناة المباشرة. فعندما قمنا بتحليل عوامل المنتج - بشكل عكسى- وحيث يكون من المفضل تزايد استخدام التسويق المباشر، اتضح أن هذه الزيادة فى الاستخدام طفيفة مقارنة باستخدام رجال البيع ومنافذ البيع. يتضح هذا من تحليلنا لحالات انخفاض تعقيد المنتج، وانخفاض قيمة وحدة المنتج انخفاض درجة تكرار شراء المنتج؛ واستخدام طريقة الإنتاج النمطى؛ وانخفاض درجة تمايز المنتج، ووصول المنتج إلى مرحلة النضج.

١٤- يحظى "التليفون" كطريق من طرق التسويق المباشر - بأعلى نسبة استخدام من قبل الشركات محل الدراسة، حيث حصل على نسبة ٩٨,١٪ فى حين أن أكثر الطرق التى لم تستخدم إطلاقاً هى التليفزيون" (٨٤,٩٪) ثم البريد المباشر (٨١,١٪) ثم الفاكس (٧٧,٤٪) وأخيراً الكتالوجات (٦٩,٨٪).

١٥- بالنسبة للشركات التى تستخدم التسويق المباشر، رغم انخفاض هذا الاتجاه، توصلت الدراسة إلى أن "التليفون" يعتبر من أكثر طرق التسويق المباشر أهمية حيث تراه نسبة ١٨,٩٪ على أنه غير مهم على الإطلاق، فى حين تكون هذه النسبة عالية جداً بالنسبة لبقية الطرق ("التليفزيون" ٨٨,٧٪، البريد المباشر والكتالوجات ٧٧,٤٪، والفاكس ٦٧,٩٪).

١٩- فيما يتعلق بأهم المعوقات التى تحول دون اتخاذ الشركة قرار استخدام طرق التسويق المباشرة كقناة توزيع - فى حالة توافر دواعى تفضيلها - توصلت الدراسة إلى تصنيف هذه المعوقات وترتيبها حسب أهميتها فى مجموعتين إحداهما معوقات داخلية تقع تحت سيطرة إدارة الشركة وتتمثل فى عدم توافر قوائم حديثة ودقيقة بعناوين العملاء" و"عدم توافر مصادر تمويل"، و"عدم توافر وسائل مواصلات مناسبة لنقل الطلبيات"، وصعوبة تحصيل المستحقات المالية للشركة لدى عملائها"، وأخيرا "عدم اقتناع إدارة الشركة بأهمية استخدام التسويق المباشر" أما المجوعة الثانية فهى المعوقات الخارجية التى تخرج عن سيطرة إدارة الشركة فإنها تتمثل فى "انخفاض كفاءة خدمات البريد"، ثم "القيود الحكومية"؛ ثم انخفاض وعى العميل بدور التسويق المباشر"، وأخيراً "عدم ثقة العميل فى طرق التسويق المباشر".

## ثانياً: التوصيات:

نظراً لوجود تأثير واضح للعوامل ذات الصلة بالمنتج على قرار اختيار قناة التوزيع سواء من حيث طبيعة القناة (مباشرة / غير مباشرة) أو من حيث نوع القناة المباشرة المختارة (رجال بيع – منافذ بيع – تسويق مباشر) فإن الباحث يوصى إدارة هذه الشركات بالآتى:

١- ضرورة الاهتمام بإجراء دراسات وبحوث للسوق للتعرف على مواصفات وخصائص منتجاتها من منظور مدى تعقدها وقيمتها، ومدى تكرار شراء العميل لها، وطريقة الإنتاج المستخدمة، وما تتميز به منتجات الشركة عن منتجات الشركات المنافسة، وكذا معرفة المرحلة التى يمر بها منتجها خلال دورة حياته.

٢- الاهتمام بدراسة وتحديد مواصفات وسمات عملاء الشركة الحاليين والمتوقعين، والتعرف على حاجاتهم ومدى التغيير فى هذ الحاجات ورؤيتهم لمنتجات أو خدمات الشركة ومدى ولائهم لها مقابل المنتجات والخدمات المشابهة أو البديلة التى تقدمها الشركات المنافسة.

٣- أن تحرص إدارة الشركات المعنية على توفير نظام جيد ودقيق وحديث للمعلومات يعمل على توفير قائمة بأسماء وعناوين العملاء الحاليين والمرتقبين بما يساعدها فى اتخاذ قرار استخدام التسويق المباشر عندما يكون من المفضل استخدامه.

٤- أن تعمل إدارة هذه الشركات على إجراء المفاوضات الضرورية مع البنوك كى تتمكن من توفير التمويل اللازم لتوفير وسائل النقل المناسبة لنقل البضائع إلى العملاء.

٥- دراسة وتطوير نظام جيد وفعال للتحصيل يضمن للشركة تحصيل مستحقاتها لدى عملائها إن هى استخدمت طريقة التسويق المباشر، كنظام بطاقات الائتمان أو ما شابه ذلك.

٦- الاهتمام بالتخطيط والتنفيذ الجيد لحملات إعلانية توجهها هذه الشركات الصناعية إلى عملائها - وهم فى غالبيتهم شركات ومؤسسات صناعية وتجارية وخدمية، بهدف خلق وعى بأهمية طرق التسويق المباشر وخلق الثقة لدى هؤلاء العملاء بهذا بمدخل التسويق المباشر.

٧- قيام جمعية المستثمرين بالعاشر من رمضان بالمساهمة فى تذليل هذه الصعاب والمعوقات التى تحول دون استخدام طرق التسويق المباشر فى الحالات التى يفضل فيها استخدامها. فنستطيع الجمعية الاتصال بالجهات الإدارية والحكومية والمؤسسات المعنية - كالبنوك، وشركات النقل، وشركات الاتصال . وعمل مفاوضات معها لتوفير الآليات والوسائل اللازمة لاستخدام طرق التسويق المباشر.

## ب- مراجع البحث

### أولاً: المراجع العربية:


١- دليل جمعية المستثمرين - العاشر من رمضان ١٩٩٩ - ٢٠٠٠.

٢- محمود صادق بازرعة، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٨٨، صـ٢٤٨.


### ثانياً: المراجع الأجنبية:


3- Anderson, E. (1985), "The Salesperson as outside agent or employee: A transaction cost analysis, Marketing Science, (Vol, 4, Summer), pp. 234- 254.

4- ------------- (1986), "Make or Buy Decision: Vertical Integration and Marketing Productivity, Solan Management Review, (Spring), pp: 3-19.

5- ------------ and Coughlan, A. (1987), "International Market Entry and Expansion Via Independent or Integrated Channels of Distribution: Journal of Marketing (Vo. 51, January), pp: 71- 82.

6- ------------ and Schmittlein, David (1984), Integration of the Sales Force: An Empirical Examination, "Journal of Ecmomics, (Vo. 15, Autumn), pp: 385- 395.

7- Aspinwall, L. (1962), "The Characteristics of Goods Theory, " In: William, V. and Eugene, J. Kelley (eds.), Managerial Marketing Perspectives and Viewpoints, (Homewood, IL: Irwin, Inc.).

8-Belich, T. and Dubinsky, A. (1995), "Factors Related to Information Acquisition In Exporting Organizations". Journal of Business Research, Vo. 33, No. 1, pp: 1-11.

9- Betts, E. and York, D. (1994) "Direct Marketing: Its Excesses and Expertness, Proceedings of the Marketing Education Group Annual Conference, Vo. 1, pp: 101- 110.

10- Bird, Drayton (1986) "Making and Holding Onto The Customer" Marketing Week, Dec. 12, pp: 63- 64.

11- Bucklin, Louis (1966) A Theory of Distribution Channel Structure (Berkeley, California: Institute of Business and Economic Research, University of California).

12- Burnett, Johan, (1987) Promotion Management: A Strategic Approach. (St. Paul: West Publishing, Company).

13- Carlo L. Lastrucci (1967), The Scientific Approach. Cambridge Schenkman Publishing Co. Inc., pp. 52- 247.

14- Corey, E. Raymond, Frank, V. Cespedes, and V. Kastori Rangan, (1989) Going - To Market (Boston Harvard Business School Press).

15- Coughlan, T. (1985), "Competition and Cooperation In Marketing Channel Choice: Theory and Application" Marketing Science, Vo. 4, No. 2, pp: 110- 129.

16- Cunningham, W. and Green, R. (1984) "From the Editor" Journal of Marketing (Vo: 48, Winter) pp: 9-10.

17- Dwyer, R. and Oh, S. (1988) "A Transaction Cost Perspective on Vertical Contractual Structure and Interchannel Competitive Strategies, Journal of Marketing (Vo. 52, April), pp: 21- 34.

18- Ennew, G. Unuson G. and Wright, M. (1993) "Power and Control In Distribution Channels: The Case of Automobile Distribution in Turkey, Journal of Marketing Management Vo. 9, pp: 393- 403.

19- Heide, J. and John, G. (1988) "The Role of Dependence Balacing in Safeguarding Transaction- Specific Assets in Conventional Channels", Journal of Marketing Research, (Vo. 25, August), pp: 25- 35.

20- ---------- (1990), "Alliance In Industrial Purchasing: The Determinants of Joint Action In Buyer - Supplier Relationships", Journal of Marketing Research, (Vo. xxVl11, February), pp: 24- 36.

21- ---------- and Stump, B. (1995), Performance Implications of Buyer-Supplier Relationships in Industrial Market" Journal of Business Research, Vo. 32, No. 1, PP: 57-66.

22- Hinkley, C. and Alexander, B. (1988), "Direct Mail: Targeting for Results' Journal of Retail Banking (Vo. X, Spring), No. 1, pp: 31- 38.

23- Jackscn, Donald R. (1992) Multi-Channel Distribution In the go's, Life and Health Insurance Sales, (Vo. 7. July), No. 135, pp: 18-20.

24- Jasper, C. and Quellette, S. (1994) "Consumers Perception of Risk and The Purchase of Apparel From Catalogs Journal of Direct Marketing. (Vo. 8, Spring), No. 2, pp: 23- 36.

25- John, G. and Weitz, B. (1988), Forward Integration into Distribution: An Empirical Test of Transaction Cost Analysis, Journal of law Economics and Organization, (Vo., 4, Fall), No. 2, pp: 337-355.

26- Katzenstein, H. and Sachs W. (1986). Direct Marketing, (Columbus, USA: Morrill Publishing).

27- Key, Note (1995), Direct Marketing, 1995 Market Report.

28- Klein, S. Frazzier, G. and Roth, V. (1990) "A Transaction Cost Analysis Model of Channel Integration in Industrial

Markets Journal of Marketing. Research (Vo. xx V11, May pp: 196- 208.

29- Leonidou L. (1995) The Saudi- Distribution System", Marketing Intelligence and Planning, Vo. 13, No. 11, pp: 27- 35.

30- Lilien, G. (1979), " Advisor 2: Modeling The Marketing Mix Decision For Industrial Products, " Management and Science Vo. 25, No. 2, pp: 191- 204.

31- Majumdar, S. and Ramaswamy, V. (1994), " Explaining Down Stream Integration Managerial and Decision Economics, Vo. 15, pp: 119- 129.

32- ----------------------------------------(1995), "Goins Direct to Market: The Influence of Exchange Conditions: Strategic Management Journal, Vo. 16, pp: 353- 372.

33- Mallen, B. (1967) The Marketing Channels,( New York: John Willey and Sons, Inc.).

34- McGuire, T. and Staelin, R. (1983) "An Industry Equilibrium Analysis of Downstream Vertical Integration: Marketing Science Vo. 2., No. 2, pp: 161- 191.

35- Mckrokell, Graeme (1988) "Learning To Solve a Growing Conundrum, Marketing week, (Lssue 22, July), pp. 63-65.

36- Miracle, Gordon (1965) Product - Characteristics and Marketing Strategy, "Journal of Marketing, Vo. 29, No.1, pp: 19-24.

37- Murrow, J. abnd Hyman, M. (1994), "Direct Marketing: Passages, Distributions, and Deja VU" Journal of Direct Marketing, (Vo. 8, Summer), No. 3, pp: 47-56.

38- Noch, E. (1994) "Two Channels Are Better Than One" Sales and Marketing Management, (April), pp. 31- 32.

39- Norman, H. Nie and Jean G. Jenking (1975) Statistical Package for Social Science (spss). Second ed. McGraw-Hill Book Company, New York, pp: 219- 248.

40- Peterson R. Albaum, G. and Ridgway, N. (1989), "Consumers Who Buy From Direct Sales Companies Journal of Retailing Vo. 65. No. 2, pp.: 273- 286.

41- Porter, Michael (1980) Competitive Strategy. (N.Y: The Free Press).

42- Rangan, V. Melvyn, A.J. Menezes and E.P. Maier (1992) "Channel Selection for New Industrial Product: A Framework Method and Application" Journal of Marketing, Vo. 56, No. 3, pp: 69- 82.

43- Robert, D. Mason (1978) Statistical Techniques In Business and Economics 4th ed, Richard D. Lrwin Inc. Homewood, Illinois, pp: 341- 383.

44- Settle, R. Alreck, P. and McCorkle, D. (1994) "Consumer Perception of Mailphone Order Shopping Media Journal of Direct Marketing, ( Vo. 8, Summer), No. 3, pp: 30- 45.

45- Sharma, Arun, and Dominguez Luis, (1992) Channel Evolution: A Framework For Analysis "Journal of The Academy of Marketing Science, Vo. 20 - No. 1, pp: 1-15.

46- Spekman, R. and Strauss, D. (1986) "An Exploratory Investigation of a Buyer's Concern for Factors Affecting More Co-Coperative Buyers- Seller Relationships" Industrial Marketing and Publishing Vo. 1, No. 3., pp: 26- 43.

47- Stern, L. El- Ansary, A. and Brown, J (1992) Management in Marketing Channels Prentice hall.

48- The Letterbox Factfile, (1994 , Spring) (London: Direct - Mail Information Services).

49- Wadsworth, J. (1995), "Design of Distribution Channels: An Application of the Rangan Model" Marketing Education Group Annual Conference, Vo. 11, pp: 851-860.

50- Williamson, O. (1985), The Economic Institution of Capitalism New York: The Free Press).

# المقالات

# الرهن العقارى من منظور إسلامي

دكتور/ محمد عبد الحليم عمر(*)

## مقدمـــة:

هو أسلوب يستخدم لتوفير التمويل اللازم لتمليك العقارات المبنية للراغبين، ولقد طبق هذا الأسلوب في أوربا وأمريكا وساعد إلى حد كبير على توفير المساكن للمواطنين بالدرجة الأولى، وفي هذه الأيام ونظراً لمشكلة الاسكان التى تعانى منها مصر تم إعداد مشروع قانون يسمى "قانون الرهن العقارى" وهو في سبيل عرضه على مجلس الشعب لإصداره، ولقد تعددت الآراء حول هذا القانون ومازال محل مناقشة لدى المهتمين في وسائل الإعلام واللقاءات العلمية.

ولما كان من الواجب على المسلمين أن يلتزموا في معاملاتهم بأحكام الشريعة الإسلامية.

وأن الدستور المصرى ينص على أن الشريعة الإسلامية هى المصدر الأساسى للتشريع وهو ما تعمل الحكومة عليه بعرض مشروعات القوانين على المؤسسات الدينية قبل إصداره، ولأن من أهداف مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلام كإحدى الوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة الأزهر هو نشر المعرفة الاقتصادية والإسهام في القضايا الاقتصادية المعاصرة من منظور إسلامي.

---

(*) أستاذ المحاسبة كلية التجارة ومدير مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر

لذلك يتم عقد هذه الحلقة حول موضوع الرهن العقارى بهدف بيان مدى موافقته لأحكام الشريعة الإسلامية والعمل على ترشيده في ضوء تعاليم الإسلام وتوجيهاته(*).

ولما كان نظام الحلقة يقوم على إعداد ورقة عمل أساسية تتناول النقاط الرئيسية للموضوع والتى تتم المناقشات حولها، لذلك قمنا بإعداد هذه الورقة والتى نتناول فيها مايلى:

الفرع الأول: التعرف على الرهن العقارى.

الفرع الثاني: الرهن العقارى من منظور إسلامي.

وبالله التوفيق

---

*) من الجدير بالذكر أن وزارة الاقتصاد عدلت مشروع القانون وسمته «مشروع قانون الاقراض العقارى» والذى عقد المركز حوله ندوة بعنوان: «مشروع قانون الاقراض العقارى ودور الخبراء المثمنين فيه» وصدرت توصيات عن الندوة ظهرت فى تعديل أخير للقانون تحت مسمى: «قانون التمويل العقارى» ورغم هذه التعديلات المتكررة إلا أن مضمون المشروع لم يتعدل كثيراً، وهذا المقال يتناول مشروع القانون في بداياته، وسوف نتابع فى أعداد أخرى إن شاء الله مناقشة المشروع في صورته النهائية.

# الفرع الأول
# التعرف على الرهن العقارى

طبقاً للقاعدة الأصولية بأن "الحكم على الشيء فرع عن تصوره" فإنه قبل التعرض لبيان الجوانب الشرعية للرهن العقارى يلزم أن نتعرف عليه هو بشكل سليم ومن جميع جوانبه.

وهذا ما سنحاول أن نبينه في هذا الفرع الذى نتناول فيه مايلى:

أولاً: نظام الرهن العقارى بشكل عام.

ثانياً: تحرير المسائل المتعلقة بالرهن العقارى.

ثالثاً: الملامح العامة لمشروع قانون الرهن العقارى

وفيما يلى تفصيل ذلك

## أولاً: نظام الرهن العقارى بشكل عام:

### أ – المصطلح والمفهوم:

لقد وجد نظام الرهن العقارى في أوربا وأمريكا بعد الحرب العالمية الثانية لعجز الوحدات السكنية التى كانت موجودة بعد ما دمرت الحرب المبانى عن سد حاجة المواطنين، ولذا فإن مصطلح الرهن العقارى بالعربية منقول يقابله في الانجليزية لفظ Mortgage وينطق بدون حرف (T) هكذا Môrgij أى مورجيج ومعناه "الرهن".

ومع أن العملية فيها بيع وشراء وتمويل ورهن، إلا لأنه كون العقار محل البيع مرهون لصالح الممول، استخدم لفظ الرهن (مورجيج) بصفته مصطلحاً للعملية كلها، ومن هذا المنطلق فإنه يمكن تحديد مفهوم ودلالة هذا المصطلح بالآتى:

الرهن العقارى معاملة تقوم على وجود ممول يقدم المال اللازم لعميل لشراء أو إنشاء عقار سكنى على أن يسدد التمويل على أقساط طويلة الأجل ويتم رهن العقار لصالح الممول".

ويهدف النظام إلى: العمل على توفير المسكن المناسب للمواطن في صورة مسكن مملوك له وبعبء مالى يناسب دخله ويقل في العادة عن ما لو استأجره، وقد نجح النظام في تحقيق ذلك في البلاد الغربية إلى حد كبير.

ب- <u>الملامح العامة لنظام الرهن العقارى</u>: وتتمثل في الآتى:

١- أطراف المعاملة: وهم ثلاثة: البائع للعقار أو شركة المقاولات التى تتولى الإنشاء، والمشترى طالب التمويل، والممول، أى البنوك وشركات التمويل العقارى.

٢- الهيئات المعاونة للتطبيق وتتمثل في كل من:

- السمسار العقارى الذى يقوم بتقويم العقار والمساعدة في أتمام المعاملة.
- هيئة سوق التمويل العقارى: وهى هيئة حكومية أو عامة تقوم بتنظيم سوق العقارات ورقابته واعادة طرح سندات تداول قروض الاسكان.

٣- وجود قانون لتنظيم المعاملات وبيان حقوق والتزامات الأطراف المتعددة للعملية والهيئات المعاونة.

٤- أسلوب العمل في النظام: ويتم بشكل موجز كما يلى:

- يتقدم الشخص طالب الشراء إلى البنك لطلب القرض لشراء الوحدة أو إنشائها.
- يقوم السمسار بتقويم الوحدة المطلوب شراؤها.
- تتم دراسة حالة العميل والعقار بواسطة البنك.
- يقوم البنك بالتعاقد مع العميل على رهن الوحدة محل البيع لصالح البنك ثم يدفع البنك قيمة القرض أما دفعة واحدة إذا كان المبنى قائماً أو على دفعات طبقاً لمراحل الإنشاء.
- يدفع المشترى نسبة من الثمن في حدود ١٥-٢٥٪ ويسدد الباقى إلى البنك أو شركة التمويل العقارى على أقساط طويلة الأجل تصل إلى حوالى ٣٠ سنة مع سداد فائدة على القرض.
- إذا تعثر العميل عن السداد يقوم الممول ببيع الوحدة في مزاد ويستوفى حقه وإذا بقى من الثمن أى مبلغ يرده للمشترى بعد محاسبته على قيمة انتفاعه بالوحدة.

هذا من حيث التعرف على الملامح العامة لنظام الرهن العقارى، أما مسائلة التفصيلية فنتناولها في الفقرة التالية.

**ثانياً: تحرير المسائل التفصيلية لنظام الرهن العقارى:**

إذا كان الهدف العام للرهن العقارى هو الإسهام في حل مشكلة الإسكان التى تفاقمت الآن إلى حد كبير، وأن جوهر هذا الإسهام هو توفير التمويل اللازم، فإن تنفيذ ذلك عملياً يتضمن مسائل عديدة تتصل بآثار ومشكلات هذا النظام سواء الاقتصادية والاجتماعية، وعلى المستوى الجزئى والكلى، ولذا فإنه استكمالاً للتعرف على الرهن العقارى نورد هذه المسائل بالنظر إلى كون العملية هى عملية تمويل بالدرجة الأولى والتى تنظر فيها إلى أطرافها وكيفية هذا التمويل على الوجه التالى:

**أ – مسائل تتعلق بالمموِّل في الرهن العقارى:**

إن الذى يقدم التمويل في هذا النظام هو البنوك وشركات التمويل العقارى كما سبق القول، وحيث أنه لا يوجد في مصر الآن شركات تمويل عقارى لذلك سوف نتناول المسائل المتعلقة بدور البنوك في التمويل على الوجه التالى:

١ – بالنسبة للبنوك المتخصصة (العقارية) فيوجد منها في مصر البنك العقارى المصرى العربي، وبنك الإسكان فقط وقدرتهما على التمويل في ظل الرهن العقارى غير كافية.

٢– بالنسبة للبنوك التجارية، فإن دخولها في مجال التمويل في ظل نظام الرهن العقارى تواجهه معوقات منها:

أن قانون البنوك والائتمان رقم ١٦٣ لسنة ١٩٥٧ الذى ينظم أعمالها لا يتيح لها التعامل في التمويل العقارى من حيث الشراء أو البيع كما يرد ذلك في المادة (٣٩).

- أنه طبقاً للقانون المدنى الذى يتضمن أحكام الرهن لا يساعد البنوك على استرداد حقها عند التعثر بسهولة.
- أنه لا توجد لدى هذه البنوك الأجهزة الفنية والهندسية للمساعدة في إقرار التمويل.
- أن موارد هذه البنوك قصيرة الأجل والتمويل العقارى طويل الأجل.
- أنه لا توجد آلية لتنظيم تداول قروض الإسكان في صورة سندات.

ومن أجل ذلك كان اتجاه البنوك في التمويل العقارى نحو تمويل المستثمرين ممثلين في شركات المبانى وخاصة في مجال الإسكان الفاخر والمنتجعات الذى زاد المعروض منه بكمية كبيرة مما أدى إلى ركود السوق.

ب- **بالنسبة للمولين وهم طالب القروض**: وهنا تبرز المسائل التالية:

١- إذا كان هدف النظام بالدرجة الأولى هو الإسهام في حل مشكلة الإسكان بالنسبة لعامة المواطنين فإنه يلزم أن يتجه النظام إلى خدمة من يريدون الحصول على مسكن خاص لأنه قد يوجد معهم كل من:

- المضاربين الذين يحصلون على القروض للمساكن ثم يبيعونها بأكثر من ثمنها والحصول على الفرق كأرباح لهم مما يؤدى إلى ارتفاع الأسعار وعدم قدره المحتاجين للسكن فعلاً على الشراء.
- الذين يحتاجون إلى نقدية لأغراض أخرى فيستخدموا الرهن العقارى للحصول على القروض للشراء ثم يبعون المسكن بأقل من ثمنه نقداً ويسددون المبلغ على أقساط للبنك وبذلك تظل المشكلة كما هى.

- شركات ومنشآت الاستثمار العقارى التى تحصل على القروض وتسددها على أقساط ثم تبيع المساكن نقداً للمواطنين أو بفائدة أعلى من الفائدة على القروض ومدداً أقل من مدة القرض.

٢- إذا اتجه النظام وكما هو موضوع لـه في الأصل إلى تمويل محتاجى السكن فقط فإنه تبرز مشاكل عدة منها:

- عدم قدرتهم المالية في الحصول على مسكن بالأسعار الحالية والتى تبلغ في المتوسط ١٠٠٠ جنيه للمتر وأن دخول الغالبية من الشعب لا تمكنهم من تدبير الأقساط خاصة في ظل الفوائد المرتفعة على القروض.
- كيفية معالجة حالات التعثر عن السداد، وهل يقتضى ذلك طردهم من المساكن مما يؤدى إلى مشكلات اجتماعية خطيرة، أو بقائهم في المسكن في صورة مستأجرين م٠ا يقلل من قدره البنوك على بيع الوحدة لاسترداد حقه وما ينطوى على ذلك من تقليل الربحية.

**جـ- بالنسبة لنوع الإسكان الذى تموله البنوك في ظل الرهن العقارى**، وهنا تبرز عدة مسائل منها:

١- الأصل أن توضع ضوابط ليتجه النظام إلى تركيز التمويل نحو الإسكان المتوسط وفوق المتوسط والذى يلبى احتياجات العدد الأكبر من المواطنين الذين يمثل الحصول على المسكن مشكلة كبيرة بالنسبة لهم، ولكن الاقتصار على ذلك قد يقلل فرصة الربحية للممول.

٢- إذا اتجه النظام لتمويل الإسكان الفاخر والمنتجعات لارتفاع العائد منها وقدره طالبيها على السداد، فإن في ذلك مخاطر عدة خاصة في ظل زيادة المعروض حالياً من هذه النوعية من المباني، كما أن للتوسع في هذه النوعية من المساكن مخاطر عدة على الاقتصاد القومى، وكان ذلك أحد الأسباب التى أدت إلى أزمة دول جنوب شرق آسيا العام قبل الماضى والتى مازالت آثارها ماثلة حتى اليوم.

د – **بالنسبة لكيفية تقديم التمويل في ظل النظام**: وهنا يمكن أن نجد ما يلى:

١ – أسلوب دفع القرض للشخص الذى يريد شراء أو إنشاء مسكن خاص له، وهنا بجانب تحميله بالفوائد، قد لا يستخدم القرض في الإنشاء أو الشراء، أو يعيد بيع المبنى بمبلغ أقل والحصول على نقد يستخدمه في أغراض أخرى مما يؤدى في النهاية إلى عدم توجيه التمويل إلى حل مشكلة الإسكان.

٢- شراء البنك للمبنى أو دفع تكاليف إنشائه ثم التعاقد على بيعه بالأجل وبسعر أعلى للمواطن على أقساط، وهذا أسلوب يضمن إلى حد ما توجيه التمويل لحل مشكلة الإسكان.

٣- إنشاء أو مساهمة البنك في شركات عقارية تتولى البناء والبيع بالأجل على أقساط.

٤- اشتراط دفع مبلغ القرض للبائع أو المقاول بواسطة البنك مباشرة بما يضمن استخدام القرض في حل مشكلة الإسكان.

وفي ظل ما سبق يمكن العمل على أن يخرج مشروع القانون بحيث يتم الاستفادة منه في ما شرع له وفي الفقرة التالية نتعرف على الملامح العامة لمشروع القانون ومدى مراعاته لما أثرناه من مسائل.

**ثالثاً: الملامح العامة لمشروع قانون الرهن العقارى:**

بداية تجدر الإشارة إلى أنه سوف يقدم السيد المستشار محمود فهمى ورقة عمل حول مشروع القانون وبالتالى لن نتوسع هنا في عرض هذه الملامح إلا بالقدر الذى يساعد على بيان الجوانب الشرعية للنظام عامة والقانون خاصة وذلك وفق الآتى:

أ - **الملمح الأول والعام لمشروع قانون الرهن العقارى** هو أنه يدور حول تعديل بعض المواد الموجودة في القوانين القائمة التى لا تتناسب مع دخول البنوك التجارية في مجال التمويل العقارى في ظل نظام الرهن العقارى، وهى:

١ - بعض مواد قانون البنوك والائتمان رقم (١٦٣) لسنة ١٩٥٧ والذى يستهدف تنظيم أعمال البنوك والرقابة عليها وتنظيم الائتمان ووسائله والنشاط المصرفى بصفة عامة، وخاصة المادة (٣٩) من القانون التى تحظر على البنوك التجارية التعامل في المنقول والعقار سواء بالشراء أو البيع أو المقايضة ماعدا العقارات والمنقولات المخصصة لإدارة أعمال البنك أو لرعاية موظفيه أو تلك التى تؤول إلى البنك وفاء لدين قبل الغير.

٢- تعديل بعض مواد القانون المدنى المصرى خاصة التى تتصل بالرهن العقارى بما يسهل للبنوك الحصول على حقها.

٣- تعديل بعض مواد القانون رقم (١١٤) لسنة ١٩٤٦ بتنظيم الشهر العقارى، والقانون رقم (١٤٢) لسنة ١٩٦٤ بنظام السجل العينى من أجل تسهيل إجراءات تسجيل العقارات محل المعاملة في الرهن العقارى وتقليل تكلفة التسجيل.

**ب- استناداً إلى ماسبق فإن أهم ما نيطوى عليه مشروع قانون الرهن العقارى هو:**

١ - جواز تعامل البنوك في العقارات بيعاً وشراء استثناء من أحكام المادة (٣٩) من قانون البنوك.

٢- يجوز للبنك المرتهن عند عدم الوفاء بالدين أو أى قسط منه حل أجله أن يتملك العقار المرهون بالثمن الذى يتفق عليه بين الدائن والمدين وقت حلول أجل الدين، فإن اختلفا حول الثمن جرى التحديد عن طريق القضاء أو التحكيم وفقاً لما يتفق عليه عند الرهن أو في وقت لاحق.

٣- إذا أقرض البنك مالاً للوفاء بثمن أو بباقى ثمن عقار مبنى أو معد للبناء حل محل البائع.

٤- لا يسرى في حق البنك المقرض بمجرد وفائه بالثمن أى تصرف بشأن ذلك العقار بين البائع والمشترى أو الغير سواء كان ذلك بالبيع أو الايجار وغير ذلك من التصرفات.

٥- يعتبر المشترى المقترض في حكم المنتفع بالعقار حتى سداد كامل الثمن ومصاريفه (فوائده).

٦- في حالة تأخر المقترض على الوفاء بالدين أو أى قسط منه وقت حلول أجله يؤول العقار إلى البنك بالحالة التى هو عليها، وفي هذه الحالة يلتزم البنك بسداد قيمة ما سدده المقترض من مقدم ثمن العقار وما أوفى به من أقساط القرض.

٧- تنتقل ملكية العقار المرهون إلى البنك بطرق التأشير على هوامش العقود وغيرها من المحررات المثبتة للملكية، أو بطريق القيد في السجل العينى بناء على حكم القضاء أو حكم التحكيم أو اتفاق الطرفين على تحديد الثمن وفي جميع الأحوال تعفى إجراءات التأشير بنقل الملكية من جميع أنواع الضرائب والرسوم.

هذه هى أهم ملامح مشروع قانون الرهن العقارى والذى أعد في صورة تعديل لمواد قانونية قائمة وفي ظل المؤسسات الموجودة وبالتالى فهو لم يعد لتغيير البيئة القانونية والتنظيمية كاملاً حتى يمكن أن يتم إنشاء منظومة متكاملة للرهن العقارى تشتمل على المؤسسات اللازمة مثل شركات التمويل العقارى، والسماسرة، وهيئة سوق التمويل العقارى ثم الضوابط التى تعمل على توجيه مشروع القانون نحو الإسهام في حل مشكلة الاسكان، وفوق ذلك كله وبداية يلزم أن لا يتضمن النظام أو مشروع القانون أية مخالفة لأحكام الشريعة الإسلامية ولذا فإن الأمر يلزم عرض نظام الرهن العقارى بشكل عام على الشريعة الإسلامية وهو ما سنحاول بيانه في الفرع التالى.

## الفرع الثانى
## الرهن العقارى من منظور إسلامي

استناداً إلى ما سبق بيانه في التعرف على الرهن العقارى نظاماً وقانوناً، فإنه يمكن أن نتناول المنظور الإسلامي له في الفقرات التالية:

**أولاً: النظرة الإسلامية العامة للرهن العقارى، ونتناول فيها مايلى:**

**أ – من حيث الهدف الرئيسى للرهن العقارى،**

وهو الإسهام في توفير المساكن للمواطنين المحتاجين فإن ذلك مقبول شرعاً بل يجب العمل عليه لأن السكن من الضروريات لحفظ الدين والنفس والعقل والمال والنسل وهى مقصود الشريعة، وتوفير السكن يحقق النفع لهذه المقومات بحفظها وصيانتها ويدرأ عنها المفاسد التى تنتج من تأخير تكوين أسرة صالحة.

**ب– التكيف الشرعى لعقد الرهن العقارى:**

إن عملية الرهن العقارى تتضمن عملية بيع وشراء للعقار، وعملية اقراض البنك للمشترى ثم عملية الرهن، وبالتالى فهى اتفاقية تربط بين ثلاثة عقود هى البيع، والقرض، والرهن، وهى ما يمكن أن يطلق عليها العقود المركبة والتى يعرفها البعض بالآتى:

**"يقصد بالعقود المركبة تلك الاتفاقيات التى تجتمع فيها عناصر مستمدة من أكثر من عقد من العقود المسماة مع ترابط تلك العناصر بطريقة لا يتحقق مقصود الطرفين من الاتفاقية المذكورة إلا بوجودها جميعاً"(١).**

ويقول آخر في عملية الربط بين العقود **"تعتبر المواعدة السابقة على العقود المجتمعة في النظر الفقهى مرتبطة بالاتفاقية الجامعة لتلك العقود في سلك واحد وشطراً منها من حيث الحكم التكليفى والآثار المترتبة عليها"(٢).**

وربما يثار هنا تساؤل مفاده أن الرسول ﷺ نهى عن بيعتين في بيعه وصفقتين في صفقه ونهى عن بيع وسلف، وعن بيع وشرط(٣).

فهل يدخل الرهن العقارى في هذا النهى؟

للإجابة على ذلك نقول مايلى:

١- أن شرط اجتماع الرهن مع القرض أو الثمن المؤجل في الرهن العقارى شرط صحيح بإجماع الفقهاء لأنه توثيق للدين وهو مطلوب في الشريعة.

---

١) د. محمد على القرى – العقود المستجدة، ضوابطها ونماذج – منها بحث مقدم إلى الدورة العاشرة لمجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي ١٤١٧هـ – ١٩٩٦م، صـ٧.

٢) د. نزية حماد – العقود المستجدة ضوابطها ونماذج منها – بحث مقدم إلى نفس الدورة، صـ٢٣.

٣) انظر هذه الأحاديث في موطأ الإمام مالك ٦٦٣/٢، ٦٧٥، ومسند أحمد ١٩٨/١، وحديث بيع وشرط قالَ كثير من أهل العلم هو حديث باطل انظر الفتاوى الكبرى لابن تيمية ١٤٥/٥.


المقالات

٢- أن شرط اجتماع بيع العقار مع الحصول على قرض من البنك لا يندرج تحت نهى الرسول ﷺ عن بيع وسلف، ذلك أن المقصود من الحديث هو أن يكون السلف أو القرض للبائع لأنه ذريعة إلى الربا لتحصيل البائع زيادة على ما يقتضيه العقد وهو الثمن، أما كون المقرض (البنك) طرفاً ثالثاً فهذا لا شيء فيه ولذا يَقُولُ الفقهاء: "لو قَالَ بعتك هذه الدار بألف على أن يقرضنى فلان الأجنبى عشرة دراهم ففعل المشترى ذلك صح البيع"[١].

٣- إن شروط اجتماع المعاملات الثلاث (البيع والقرض والرهن) معاً في عقد أو اتفاقية واحدة يدخل في إطار الجواز الذى يفهم من حديث رسول اللّه ﷺ "المسلمون عند شروطهم إلا شرطاً أحل حراماً أو حرم حلالاً"[٢] ذلك أن الشروط الفاسدة هى التى تنافى مقصود العقد ومقتضاه أو فيها مصلحة أكثر لأحد المتعاقدين عن حقه، وشروط اجتماع هذه العقود يحقق مقصود المعاملة ويوافق مقتضى العقد وليس فيه مصلحة زائدة لأحد الأطراف.

ونخرج من ذلك إلى أن اجتماع المعاملات الثلاث في عقد واحد هو عقد الرهن العقارى جائز شرعاً، وهذا الجواز على اجتماع العقود فقط أما ما تشتمل عليه من تفصيلات فذلك ما سنذكره في فقرة لاحقه.

---

١) شرح فتح القدير لابن الهمام ٨١/٦.

٢) رواه أبو داود وابن حبان والدارقطنى والبيهقى والحاكم.

جـ- إن اصدار قانون ينظم هذه المعاملة ويعمل على أن تتوجه إلى هدفها الأساسى وهو توفير المساكن للمحتاجين وأن لا يتم تفريغه من هذا الهدف بتمويل الوسطاء والمضاربين، وكذا وضع حدود للتمويل والدفعة المقدمة ومدة الأقساط إلى غير ذلك من الضوابط، فهذا أمر لا يختلف مع التشريع الإسلامي طالما يؤدى إلى تحقيق المصلحة ولا يتضمن حراماً.

هذا بالنسبة للنظرة الإسلامية العامة للرهن العقارى، أما مسائله التفصيلية فنبين نظرة الإسلام لها في الفقرة التالية.

## ثانياً: المسائل التفصيلية للرهن العقارى:

إن الحكم الشرعى على الرهن العقارى لا يكون إلا بعد بحث المسائل التفصيلية له وبيان مدى موافقتها للأحكام الشرعية للعقود الثلاثة (البيع - القرض - الرهن) وهذا ما سنحاول بيانه في هذه الفقرة، والتى نبدأها بأن عملية البيع بالصورة التى تتم بها في الرهن العقارى تتفق مع الأحكام الشرعية من حيث الرضا ومعلومية الثمن والبيع ووجود البائع والمشترى وأهليتهما، أما كل من الرهن والقرض فإنه حسبما يتم تنفيذهما في الرهن العقارى نوجد فيهما مسائل يتطلب الأمر مناقشتها من الناحية الشرعية ومن أهم هذه المسائل مايلى:

أ - بالنسبة للرهن: ومن أهم المسائل المتعلقة به مايلى:

١- مسألة رهن العقار محل المعاملة لصالح البنك المقرض: ويثار بشأنها عدة قضايا هى:

**القضية الأولى: رهن المبيع بالثمن:** وتثار هذه المسألة بناء على ما ورد في مشروع القانون بأن البنك المقرض يحل محل البائع، كما قد تثار أيضاً في حالة ما إذا تم تنفيذ العملية عن طريق شراء البنك للعقار نقداً ثم بيعه للعميل بالأجل على أقساط ورهن العقار لصالح البنك مقابل الثمن الآجل.

ومسألة رهن المبيع بالثمن مختلف فيها فقهاً حيث يجيزها المالكية وبعض الحنابلة فلقد جاء "ولا فرق في ذلك بين أن يكون المرهون هو المبيع أو غيره"[١]، بينما لا يجيزها الشافعية حيث جاء لديهم "ويشترط أن يكون المرهون غير المبيع فإن شرط رهنه لم يصح سواء اشترط أن يرهنه إياه بعد قبضه أم قبله، لأنه لم يدخل ملك المشترى إلا بعد الشرط، فإن رهنه بعد قبضه بلا شرط صح"[٢] وطالما أن المسألة خلافية فيمكن الأخذ بالرأى الأول خاصة وأن الرأى الثانى لا يمنع من ذلك مطلقاً.

**القضية الثانية:** وهى عقد الرهن قبل الحصول على القرض وقبل وجود المرهون به ويتصور هذا في موضوع الرهن العقارى في حالة الاقتراض لإنشاء مبنى على أرض يملكها المقترض ودفع البنك القرض على دفعات حسب مراحل البناء.

---

١) بداية المجتهد ونهاية المقتصد لابن رشد ٢٠٥/٢.

٢) مغنى المحتاج للخطيب الشربينى ٣٢/٢.

وأما الرهن على دين موعود به أو بما سيقرضه، فلدى الحنفية والمالكية يجوز "أن يرهنه ليقرضه مبلغاً من النقود في الشهر القادم"[1] أما لدى الشافعية والحنفية فلا يجوز ذلك وطالما أن المسألة خلافية فيمكن الأخذ بالرأى الأول.

– أما رهن المبنى بعد الإنشاء فهو يدخل في شرط أن يكون المرهون موجوداً ومعلوماً، والمبنى لم يوجد بعد فلا يجوز رهنه، ولكن يمكن رهن الأرض وتعتبر المبانى من الزيادة عليها وتدخل في الرهن بناء على أن ما يطرأ على الرهن من زيادة يكون مرهوناً[2].

٢- **<u>مسألة القبض في الرهن</u>:** وتتعلق بضرورة أن يقبض البنك المرتهن العقار كشرط صحة أو لزوم في الرهن استناداً إلى قوله تعالى ﴿**فرهان مقبوضة**﴾ والآن يوجد ما يسمى بالرهن الرسمى أى تسجيل الرهن لدى الحاكم أى في الشهر العقارى، والاجتهاد الفقهى المعاصر على جواز الرهن الرسمى وبقاء العقار في يد الراهن المدين للآتى:

– أن التعامل به لايتنافى مع مقصود الرهن وهو تأمين الدائن المرتهن.

– أنه يجوز فقهاً جعل الرهن في يد عدل يختاره الطرفين، ويد الحكومة بالتسجيل أقوى يد من العدل.

– أن استدامة القبض ليست لازمة لدى الشافعية فيمكن للدائن المرتهن أن يقبض الرهن ثم يسلمه إلى عدل أو يعيده إلى الراهن نفسه.

– أن الآية تنص على القبض في السفر وبالتالى فلا يكون اللزوم بالقبض في الحضر.

---

١) الموسوعة الفقهية – وزارة الأوقاف الكويتية ونشر ذات السلاسل ١٧٩/٢٣.

٢) المغنى لابن قدامة ٤/٤٣٠-٤٣١.

وبناء على ماسبق فإن الرهن الرسمى والذى يتم في الرهن العقارى جائز.

**٣- مسألة غلق الرهن** ، وهو أن يشترط في عقد الرهن بأنه متى حل أجل الحق ولم يوف بالدين فالرهن للدائن المقرض أو فهو مبيع له بالدين، فهو شرط فاسد، وعلى كل فإن القوانين كانت تأخذ بفكرة غلق الرهن ثم عدلت عنه.

وبالتالى فإن ما ورد في مشروع القانون السابق ذكره بأيلوله العقارى إلى البنك في الحالة التى هو عليها عند تأخر المقترض غير سليم شرعاً وقانوناً، بل لابد أن يتم الاتفاق على بيع العقار بالسعر الحالى.

**٤- مسألة تصرف المدين الراهن في العقار المرهون خلال مدة الرهن:** بإجماع الفقهاء إن تصرف الراهن في العقار المرهون بالبيع والاجارة والهبة والوقف ورهنه للغير، وغير ذلك من التصرفات باطل لأنه تصرف يبطل حق المرتهن الدائن في التوثيق والتأمين فلم يصح بغير إذن المرتهن[١].

وهذا الحكم أقوى لحفظ حق البنك المقرض مما يقر به القانون المدنى الذى لا يمنع من تصرف الراهن في الرهن وإعطاء الدائن المرتهن حق التتبع عند انتقال العقار المرهون إلى شخص آخر يسم "الشخص الحائز" حيث يمكنه تنفيذ التزام المدين الراهن الأول في مواجهة الحائز.

**٥- مسألة تصرف البنك المقرض المرتهن في العقار المرهون،** بالاجماع ليس للمرتهن حق التصرف في الرهن قبل حلول الأجل، لأن الرهن

١) المغنى لابن قدامة ٣٦٦/٤، ٤٠١ ، موسوعة الفقه الإسلامي ١٨٥/٢٣.

ينشئ له حقاً عينياً تبعياً فقط وهو حق التقدم على الغرماء وليس حق التصرف بدون إذن الراهن.

**٦- مسألة انتفاع الراهن والمرتهن بالمرهون:** إن تصور هذه المسألة في الرهن العقارى يكون فيما يتم من انتفاع الراهن بالسكنى في العقار، وكذا في حالة ما إذا لم يوف بالقرض في مواعيده وتقرر بيع العقار واحتساب ايجار عليه عن المدة التى سكنها لصالح البنك المقرض يخصم من ثمن البيع.

والقاعدة المتفق عليها أنه ليس للدائن المرتهن الانتفاع بالعقار سواء بسكناه أو أخذ أجرة من الراهن لأن العملية تكون ربا، حيث أنه مقرض يسترد قرضه وزيادة – منفعة أو مالاً – وبالتالى ليس من حق البنك في الرهن العقارى والذى يكون فيه المبنى المرهون في يد المدين الراهن أن يحصل على ايجار من المدين الراهن.

أما مسألة انتفاع المدين الراهن بالسكنى في العقار المرهون، فإن الاجماع على أنه يجوز ذلك بإذن الدائن المرتهن كما جاء "فإذا أذن المرتهن للراهن بالانتفاع بالمرهون جاز"[١]. وجاء أيضاً "وليس للراهن الانتفاع بالرهن باستخدام ولا سكنى .. بغير رضى المرتهن"[٢].

وفي رأي آخر أنه يجوز للراهن الانتفاع بالرهن ولو بدون رضى المرتهن لأن مقصود الرهن الاستيثاق للدين واستيفاؤه من ثمنه عند تعذر

---

١) الموسوعة الفقهية ٢٣/١٨٣-١٨٥.

٢) المغنى لابن قدامة ٤/٤٣٢.

الاستيفاء من ذمة الراهن، وهذا لا ينافى الانتفاع به ولا إجارته ولا إعارته[1].

وبناء على ذلك فإن سكنى المدين الراهن للعقار في ظل الرهن العقارى جائز شرعاً.

٧- **مسألة فك الرهن**: وهى سداد المدين للدين واستعاده ملكية العقار كاملة خالصة، وهو أمر متفق عليه فقهاً وقانوناً، وفي حالة ما إذا سدد جزءاً من الدين مثل الأقساط التى يسددها المدين للبنك في الرهن العقارى، فإن الرأى الراجح فقهاً والمعمول به قانوناً أنه يبقى الرهن كاملاً حيث جاء "أنه إذا رهنه في عدد ما فأدى منه بعضه فإن الرهن بأسره يبقى بعد بيد المرتهن حتى يستوفى حقه.

٨- **مسألة التصرف في الرهن**، عند حلول أجل الدين وتعذر على المدين الوفاء به (بيع المرهون).

وهنا نواجه بعده إحتمالات هى:

**الاحتمال الأول**: أن يتم الاتفاق بين الراهن والمرهون على بيع الرهن ووفاء الدين الباقى من ثمن البيع وهذا لا شيء فيه.

**الاحتمال الثاني**: أن يمتنع المدين الراهن على البيع وهنا يبيعه الحاكم ويقضى منه الدين.

**الاحتمال الثالث**: أن ينفرد الراهن ببيعه وإيفاء الثمن، وهذا جائز.

---

١) المغنى لابد قدامة ٤/٤٣٣.

**الاحتمال الرابع:** أن ينفرد المرتهن (الدائن) بالبيع فإن كان بإذن الراهن ومشروط في العقد جاز حيث جاء "ويجوز أن يبيعه المرتهن وينصف نفسه من ثمنه إن كان الراهن قد جعل له بيعه"(١).

وجاز أيضاً "وإن وكل الراهن المرتهن على بيع الرهن عند حلول الأجل جاز وكرهه مالك إلا أن يدفع الأمر إلى السلطان"(٢).

أما إذا لم يأذن له الراهن بالبيع فيجب رفع الأمر إلى الحاكم –القضاء – ليقرر بيعه.

**الاحتمال الخامس:** أن يشترى البنك الدائن العقار المرهون عند حلول الأجل لنفسه وهذا جائز إن تم بالتراضى بينه وبين المدين، وبالثمن الذى يتراضيا عليه.

وتبرز في هذه الأحوال جميعها مسألة إخراج المدين الراهن من السكن لبيعه، ونظراً لأنه قد تم الاتفاق وهو جائز شرعاً على أن ينتفع الراهن بالسكنى، فإن العقار يباع بكونه مسكوناً أو مؤجراً، وبالطبع سوف يكون ثمنه مؤجراً أقل من ثمنه خالياً وهو معلوم للبنك الدائن والمشترى الجديد الأمر الذى يمكن معه النص في مشروع القانون أو في لائحته التنفيذية عند إصدارها على كون العقار يظل مشغولاً بساكنه وتتحول صفته إلى مستأجر.

وهكذا ننتهى من عرض أهم المسائل التفصيلية للرهن العقارى والذى ثبت من خلال هذا العرض أن أغلبها لا يخالف أحكام الشرعية الإسلامية

---

١) قوانين الأحكام الشرعية للغرناطى المالكية – صـ٣٥٢.

٢) بداية المجتهد ونهاية المقتصد لابن رشد ٣٥٣/٢

ماعدا نقطتين يمكن تداركهما، وهما ما ورد في تشريع القانون بخصوص غلق الرهن، ثم خصم القيمة الايجارية في حالة بيع العقار المرهون.

ولا يعنى ذلك الحكم على صحة عقد الرهن العقارى شرعاً، فمازال هناك القرض الذى نبحث حكمه في الفقرة التالية:

**ب- بالنسبة للقرض الممنوح من البنك للعميل للحصول على المسكن**، فإن أهم مسألة فيه هى الفائدة التى يستحقها البنك على مبلغ القرض يدفعها له العميل طالب القرض، ومن المعلوم وباجماع علماء الإسلام أن الفائدة على القرض رباً محرم شرعاً ومحظور على المسلمين التعامل به، ولا يحتج هنا بحالة الضرورة، حقيقة من سعة الشريعة ورحمتها أن "الضرورات تبيح المحظورات"، "وأن الحاجة العامة تنزل منزلة الضرورة"، وبما أن مشكلة الاسكان حاجة عامة وضرورة على مستوى بعض الأشخاص، إلا أن الضرورة أو الحاجة المبيحة للمحظورات لها ضوابط منها أن لا توجد وسيلة أخرى مشروعة لحل المشكلة سوى القرض بفائدة ولكن في الحقيقة والواقع يمكن أن يتم تطبيق الرهن العقارى بدون القرض الربوى وهو ما سنوضحه في الفقرة ثالثاً فيما بعد.

**ثالثاً: مقترحات حول الرهن العقارى:**

- نظراً لأن مقصود الرهن العقارى هو الاسهام في حل مشكلة الاسكان وهو هدف هام ويجب العمل على تحقيقه شرعاً.

- ولأن الرهن العقارى مركب من ثلاث عقود وهى البيع والرهن الجائزين شرعاً وأنه لا توجد فيهما مخالفات شرعية، أما العقد الثالث هو القرض فهو ينطوى على الربا المحرم، وأن الأخذ بحالة الضرورة سوف يضيق من نطاق تطبيق الرهن العقارى وبالتالى لن يتحقق الهدف منه.

هذا فضلاً على أن حالة الضرورة هنا غير موجودة لأنها مشروطة بعدم وجود أسلوب آخر لحل المشكلة.

لذلك ومن أجل المحافظة على مشروعية الرهن العقارى والاستفادة به في الاسهام في حل مشكلة الاسكان يمكن أن نقدم بعض المقترحات لتنفيذه بدون فوائد ربوية محرمة وتتلخص هذه المقترحات في الآتى:

أ - شراء البنك للعقار من مالكه ودفع المبلغ له نقداً ثم بيعه للعميل بالأجل على أقساط وبثمن أعلى مما اشتراه بمراعاة الأجل ورهن العقار لصالح البنك مقابل الثمن مع اشتراط عدم نقل الملكية حتى وفاء كامل الثمن وللعلم فإن هذا الأسلوب يتم في البلاد التى تتعامل بالرهن العقارى ويلقى نجاحاً.

ب- استخدام عقد الاستصناع في حالة طلب العميل لتمويل إنشاء مبنى وفي توضيح بسيط فإن تطبيق عقد الاستصناع في مجال الرهن العقارى يقوم على طلب العميل من البنك أن ينشئ له المبنى فيقوم البنك بالتعاقد مع مقاول للبناء وعلى أن يدفع له تكاليف الإنشاء ثم يحصلها من العميل على أقساط، وهو عقد مشروع وطبق بنجاح في مجال العقارات بواسطة البنوك الإسلامية في منطقة الخليج، كما أنه صدر عنه معيار محاسبى بواسطة هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية.

جـ- إسهام البنوك في إنشاء شركات عقاريـة أو المشـاركة فيهـا ثـم بيـع المساكن التى تنشؤها بالتقسيط للمواطنين في ظل نظام الرهن العقارى.

وننتهى بذلك إلى تقديم المعلومات الأساسية حول موضوع الرهن العقارى من منظور إسلامي

والله ولى التوفيق

# عرض الرسائل

# عرض رسالة دكتوراه بعنوان

# التكاليف الاقتصادية للإدمان في مصر على المستويين الكلى والجزئي

## للباحثة علا عادل على عبد العال(*)

## عرض الباحث على شيخون(**)

نالت بها الباحثة درجة دكتوراه الفلسفة في الاقتصاد من كلية التجارة – جامعة الأزهر فرع البنات.

وقد قسمت الباحثة الدراسة إلى مقدمة وخمس فصول:

الفصل الأول: والذي تستعرض فيه الباحثة بعض الدراسات السابقة في مجال المخدرات والإدمان، وذلك من أجل التعرف على الجوانب المختلفة للظاهرة والتي تناولتها تلك الأبحاث بهدف التركيز على الجانب الاقتصادي للمشكلة والذي لم يتم تناوله بالتفصيل خلال هذه الدراسات السابقة خاصة تلك المطبقة على مصر، هذا بالإضافة إلى استخلاص أهم التعريفات والنتائج المتعارف عليها في هذا المجال.

الفصل الثاني: الآثار الاقتصاد والاجتماعية لظاهرة انتشار المخدرات، وفيه يتم التعريف بأنواع المخدرات، وآثارها على الإنسان من الناحية العضوية والنفسية، كما يتضمن التعريف بالإدمان والسباب المؤدية إليه والتي تتضمن عوامل ذاتية، اقتصادية، ثقافية وسياسية، هذا بالإضافة إلى عرض

(*) المدرس بكلية التجارة جامعة الأزهر فرع البنات القاهرة
(**) المعيد بمركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر.

نظري لمناهج قياس التكاليف الاقتصادية للإدمان (للمرض) حيث تميز بين نوعين من المناهج: يتكون الأول من قاعدتي انتشار الظاهرة، وتتبع حدوث الظاهرة. والمنهج الثاني يتكون من قاعدتي رأس المال البشرى، والرغبة في الدفع من أجل تحسين المستوى الصحي للأفراد.

أما الفصل الثالث: فيتعلق بتقدير التكاليف الناتجة عن الإدمان والتي يتحملها المجتمع المصري. ونجد أن هذه التكاليف صنفان. التكاليف المباشرة التى تتعلق بالإنفاق المباشر على علاج ومكافحة الإدمان في وزارتي الداخلية والصحة؛ والمتمثلة في تكاليف جلب المخدرات وتكاليف استهلاكها، والتكاليف التى تتحملها وزارة الداخلية لمكافحة المخدرات هذا بالإضافة إلى تكاليف علاج الفرد المدمن وإقامته، وتلك الخاصة بأجهزة العلاج والتحاليل.

والتكاليف غير المباشرة التى يتحملها المجتمع نتيجة إدمان بعض أفراده، وتتمثل في التكاليف الخاصة بنفقة الفرصة البديلة لزراعة النباتات المخدرة بالإضافة إلى الإنتاجية المفقودة للأفراد المدمنين سواء كانوا مودعون في المؤسسات العلاجية أم في السجون.

أما الفصل الرابع: وهو الجزء التطبيقي، فنحاول من خلاله تقدير التكاليف التى تتحملها الأسرة المصرية نتيجة إدمان أحد أفرادها، وذلك من خلال اختيار عينة عشوائية مكونة من مائة مفردة من بعض المستشفيات العامة والخاصة للتعرف على نوعية التكاليف في كل منهما.

وأخيراً ، ومن خلال هذه الفصول ننتقل إلى الفصل الخامس والذي نتناول فيه أهم سياسات الحد من الإدمان خاصة في مصر، وكذا النتائج التى توصلنا لها من خلا البحث.

وقد خلصت الباحثة في دراستها إلى ما يلي:

لقد تزايدت مشكلة الإدمان والآثار السلبية الناشئة عن انتشارها، لذلك فقد لقيت ظاهرة المخدرات والاتجار فيها اهتماماً شديداً على المستويين الدولي والمحلى. وذلك حيث يعتبر انتشار المواد المخدرة بأنواعها المختلفة معوقاً للتنمية الاجتماعية والاقتصادية حيث تعنى عمليات التنمية بالإنسان، فلم تعد ظاهرة انتشار المخدرات قضية فردية، يواجهها فرد بعينة ، وإنما هي قضية اجتماعية عامة، يواجهها المجتمع الذي يود حماية البشرية.

ومن خلال هذا البحث تعرضت الباحثة للأنواع المختلفة للمواد المخدرة ورأينا تأثيراتها المختلفة على المتعاطي. كما أوضحنا أن هناك عديد من الأسباب قد تدفع بالفرد إلى دائرة الإدمان، منها ما يرتبط بسلعة الإدمان، وما يختص بالمدمن نفسه، وأخيراً فإن منها ما يتعلق بالبيئة المحيطة بالفرد، ومن أجل حساب التكاليف المختلفة للإدمان سواء كانت مباشرة أم غير مباشرة، فقد استعرضنا ملخصاً لأهم مناهج قياس تلك التكاليف. كما أوضحنا أن قاعدة رأس المال البشرى – رغم الانتقادات الموجهة إليها – هي الأكثر شيوعاً في الاستخدام عند حساب التكاليف الصحية بوجه عام، وعند حساب تكاليف الإدمان بوجه خاص.

وللإدمان آثاره السلبية على المستوى الكلى والجزئي على حد السواء – فبالنسبة لآثاره الضارة على الاقتصاد القومي فهي تتمثل في تدهور الإنتاج القومي نتيجة تدهور الكفاءة الإنتاجية للمدمنين من أفراد المجتمع ، ونقص قدراتهم وملكاتهم المختلفة ، حيث تؤثر المخدرات على النشاط الحيوي للجسم وقدراته وطاقاته، مما ينعكس على الفرد ذاته وتدهور مستوى كسبه حيث

تؤدى بالمدمن إلى انتقاله من أعمال لها قيمتها الإنتاجية إلى أعمال أقل قيمة تنتهي بهم إلى كثرة التعطل وتفاهة الإنتاج ورداءته، هذا بالإضافة إلى انخفاض مستوى الدخل القومي نتيجة تهريب المبالغ الضخمة من العملة الصعبة من أجل استجلاب تلك السموم، حيث قدرت هذه المبالغ بحوالي ٧١,٤ مليار دولار تقريباً سنوياً، ونضيف إلى ذلك ما ينفقه المصريون سنوياً على شراء المخدرات والذي قدر بـ ٣١٥,٥ مليار جنيه أي ما يعادل ١٠٥ مليار دولار، ونضيف إلى ذلك زيادة أوجه الإنفاق والمصروفات على علاج مدمني المخدرات حيث قدر إجمالي النفقات الطبية ، والتي تتحملها وزارة الصحة للصرف على المؤسسات العلاجية الخاصة بعلاج الإدمان ، مبلغ ٤٨,٨ مليون جنيه. هذا من جانب، ومن جانب آخر فقد اتضح تواضع حجم الإنفاق السنوي الذي توجهه وزارة الداخلية لمكافحة المخدرات باعتبارها الجهة الأولى التى تتحمل مسئولية القضاء على هذه الظاهرة، حيث قدر متوسط الإنفاق السنوي على نشاط مكافحة المخدرات في مصر في الفترة من ٨٨ – ١٩٩١م حوالي ٨,١ مليون جنيه مما يزيد من خطورة هذه الظاهرة.

وعن آثار الإدمان على المستوى الجزئي، أي على مستوى الأسرة المصرية، فقد اتضح من الدراسة أن أسرة المدمن تتسم بالعديد من الخصائص والسمات منها التفكك الأسرى، غياب الرقابة الأسرية وإدمان أحد الوالدين أو كلاهما.

وإن هذه الخصائص جعلت الشباب ينفرون من الأهل والمجتمع. كما أوضحت الدراسة الميدانية أن من أهم العوامل المتعلقة بالإدمان هي:

دخل الفرد المدمن، عمره، المهنة التى يمتهنها وحالته الاجتماعية. كما اتضح أيضاً أن هذه الظاهرة قد استشرت بين مختلف الفئات والطبقات المتعلم منها وغير المتعلم. كما انتشرت بين فئة الشباب الذين هم في مرحلة الإعداد والتنشئة والتطلع واتخاذ القرار، وبين فئة الحرفيين، والذين يشكلون الطاقة الإنتاجية التى تعتمد عليها مختلف المجتمعات، وبصفة خاصة النامية منها. وبالنسبة للتكاليف التى تتحملها الأسرة المصرية نتيجة إدمان أحد أفرادها، أمكن حسابها من خلال دراسة عينة عشوائية مكونة من مائة مفردة من بعض المستشفيات العامة والخاصة، ووجد أن المدمن يهدر كثيراً من موارده المالية من أجل الشعور باللذة والمتعة متناسياً ما يعود عليه من إقرار صحية ونفسية ومادية. ولقد قدرت ما ينفقه الفرد على المخدرات إلى إجمالي دخله ٧٨٪ من الدخل شهرياً؛ كما ظهرت بعض النتائج من خلال عينة البحث : أهما أن الحشيش يحتل مركز الصدارة كتجربة أولى للمدمنين في مصر وأن العلاقات المبتورة بين أفراد الأسرة والتي تنطوى على عدم التجاوب والتفاهم بين أعضاء الأسرة الواحدة أصبحت من أهم أسباب إدمان الفرد في تلك السر.

ومن خلال التعرف على الخصائص النفسية والاجتماعية التى ترتبط بالتعاطي (أهم العوامل المتعلقة بالإدمان)، نستطيع أن نواجه مثل هذه المشكلة، حيث تركز على الفئات المتأثرة بالظاهرة بشكل مباشر، وكذا الفئات المؤثرة في انتشارها وبذلك يكون لكل مجموعة تدابير يتخذها المجتمع لمواجهة المشكلة أولهما تدابير عاجلة تتعامل مع الفئات المتأثرة بالظاهرة وهى تتمثل غالباً في إجراءات التوعية والوقاية ، بقصد التخفيف من أعراض ومسببات المشكلة ، وذلك بتوعية الآباء والأمهات من أجل الحفاظ على

مستقبل أبنائهم، وكذا الاهتمام بنوعية التربية التى يتلقاها الفرد داخل أسرته، كما نجد أنه من الضروري التركيز على نوعية الأفراد بمخاطر فترة بداية الإدمان، وخطورة تجاهل الآثار الناتجة عن بدء التعاطي، فخطورة الموقف تزداد بالتهوين من الآثار الصحية والنفسية والاجتماعية طويلة الأجل لإدمان المواد المخدرة.

# النشاط العلمي للمركز

# النشاط العلمى للمركز

## فى الفترة من مايو وحتى أغسطس ٢٠٠٠

إعداد/ الباحث على شيخون(*)

في إطار خطة النشاط العلمى للمركز يعقد المركز العديد من الأنشطة المتنوعة بين حلقات نقاشية وندوات ومؤتمرات ومنتديات وحلقات دراسية وغيرها وفي هذه الفترة كان النشاط العلمى كما يلى:

## أولا: الحلقات النقاشية

وهى مجلس علم يجتمع فيه العلماء والباحثون والمهتمون بشئون الاقتصاد الإسلامي والقضايا الاقتصادية المعاصرة ويقدم فيه الأستاذ الدكتور محمد عبد الحليم عمر مدير المركز ورقة عمل حول إحدى القضايا المعاصرة يدور حولها النقاش وقد عقدت في هذه الفترة الحلقات التالية:

– حلقة موضوع الـ B.O.T في يوم ١٣ من مايو ، ٢٠ من مايو ٢٠٠ وقد قدم فيها الأستاذ الدكتور محمد عبد الحليم عمر مدير المركز ورقة عمل تضمنت العناصر التالية:

– التعرف على نظام الـ B.O.T وما يلحق به ومجالات التعامل به.
– أهم الجوانب القانونية والاقتصادية والاجتماعية للموضوع.
– الجوانب الشرعية للموضوع.

وقد حضر الحلقة جمع من علماء الشريعة والاقتصاد والقانون والإدارة والباحثين واستمرت لمدة حلقتين.

(*) المعيد بمركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر.

## ثانيا: الدورات الدراسية:

وهى دورات متخصصة في الاقتصاد والقضايا الاقتصادية المعاصرة يتم فيها تدريس الموضوعات الاقتصادية المعاصرة للباحثين والمهتمين بهذه القضايا ويقوم بالتدريس فيها الأساتذة المتخصصون.

- دورة وعاظ الأزهر الشريف حول القضايا الاقتصادية المعاصرة من منظور إسلامي وقد تم عقد دورتين في الفترة من ١ يوليو حتى ١٢ يوليو ٢٠٠٠م.

ومن ١٥ يوليو حتى ٢٧ يوليو ٢٠٠٠م.

وقد تم دعوة السادة وعاظ الأزهر الشريف من المحافظات وكان موضوعات الدورة كما يلى:

- الاقتصاد الإسلامي
- قضايا النقود
- الأسواق وقضايا التجارة
- البيئة والأخلاق والفقر
- البنوك والتأمين والبورصة

وقد قام بالتدريس فيها أساتذة الاقتصاد الإسلامي.

## ثالثا: الندوات العلمية

وفي هذه الفترة تم عقد الندوة التالية:

مشروع قانون الاقراض العقارى ودور الخبراء المثمنين والوكلاء العقاريين في يوم ٣ من يونيو ٢٠٠٠م.

وقد عم عقدها بمشاركة الجمعية العلمية المصرية للخبرة والتثمين والتصفية – وشارك فيها العديد من الباحثين بتقديم البحوث حول الموضوع وقد كانت أهداف الندوة ما يلى:

– تقييم وتحليل الآثار الاقتصادية والاجتماعية لمشروع القانون
– التقييم الشرعى لمشروعا لقانون
– تقييم ما ورد بالمشروع عن دور الخبراء المثمنين والوكلاء العقاريين
– تقديم مقترحات بشأن دور الخبراء المثمنين والوكلاء العقاريين حتى يمكن الاستفادة بها في تفعيل هذا الدور كما ورد بالقانون من جهة وللمساعدة على كيفية تنظيم عملهم في الأمور التى أحال القانون فيها إلى اللائحة التنفيذية المزمع اصدارها فيما بعد.

## رابعاً: التدريب:

في إطار خطة قسم التدريب بالمركز خلال الفترة قام المركز بعقد العديد من الدورات التدريبية في مجالات اللغة والحاسب الآلى والضرائب والتأمينات وغيرها والتى يقوم فيها بالتدريب خبراء ومتخصصون في كل مجال.

**في الحاسب الآلى:** تم عقد الدورات التالية:

– دورة DOS عدد ٤ دورات حضرها ما يقرب من ٨٨ دارس.
– دورة Win عدد ٦ دورات حضرها ما يقرب من ١٣٧ دارس.
– دورة Word عدد ٣ دورات حضرها ما يقرب من ٤٢ دارس.
– دورة Excell عدد دورة واحدة حضرها ما يقرب من ٦ دارسين

ويقوم المركز في نهاية الدورة بعقد امتحان ويعطى شهادة معتمدة للذين اجتازوا الامتحان.

## الأنشطة العلمية للمركز
## منذ إنشائه حتى صدور هذا العدد

### أولاً: سلسلة الندوات والمؤتمرات:

١-ندوة موارد الدولة المالية في المجتمع الحديث من وجة النظر الإسلامية - أبريل ١٩٨٦م

٢-ندوة إسهام الفكر الإسلامي في الاقتصاد المعاصر - سبتمبر ١٩٨٨م

٣-ندوة البركة للاقتصاد الإسلامي - أكتوبر ١٩٨٨م

٤-ندوة إعداد القوانين الاقتصادية الإسلامية - أغسطس ١٩٩٠

٥-ندوة الإدارة في الإسلام - سبتمبر ١٩٩٠

٦-ندوة الضرائب والتنمية الاقتصادية في مصر من منظور إسلامي - أكتوبر ١٩٩٠

٧-مؤتمر الآثار الاقتصادية والاجتماعية لأزمة الخليج - أبريل ١٩٩١

٨-ندوة نحو إقامة سوق إسلامية مشتركة - مايو ١٩٩١م

٩-ندوة حق الشعوب في السلم - ديسمبر ١٩٩١م

١٠-ندوة مكان الاقتصاد الإسلامي في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة - يناير ١٩٩٢م

١١-ندوة دور الأمين العام للأمم المتحدة مع التركيز على المتغيرات الاقتصادية - فبراير ١٩٩٢م

١٢-ندوة مناخ الاستثمار الدولي في مصر من منظور إسلامي - أبريل ١٩٩٢م

١٣-ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل - مايو ١٩٩٢م

١٤-المؤتمر الأول للتوجيه الإسلامي للعلوم - أكتوبر ١٩٩٢م

١٥-ندوة الاحتفاء بمرور خمسمائة عام على وفاة الإمام السيوطي - شوال ١٤١٣هـ اكتوبر ١٩٩٣م

١٦-المؤتمر الثاني للتوجيه الإسلامي للعلوم الاجتماعية - أغسطس ١٩٩٣م

١٧-المؤتمر الدولي: المسلمون في آسيا الوسطى والقوقاز - سبتمبر ١٩٩٣م

١٨-ندوة حول مشكلات تطبيق قانون الأعمال العام - ديسمبر ١٩٩٣م

١٩-الملتقى الأول: لمراكز ومؤسسات المعلومات العامة في مجال الموضوعات الإسلامية ٢٦-٢٧ مارس ١٩٩٤م

٢٠-مؤتمر العمل الإسلامي الواقع والمستقبل - أبريل ١٩٩٤م

٢١-مؤتمر الإسلام والاقتصاد الدولي مفهوم الطعام الحلال في الإسلام - يونيو ١٩٩٤م

٢٢-مؤتمر تعريب العلوم ٢٠-٢١ مارس ١٩٩٦م

٢٣-مؤتمر حقوق وواجبات مراقب الحسابات - أبريل ١٩٩٦م

٢٤-مؤتمر أثر اتفاقية الجات على العالم الإسلامي - مايو ١٩٩٦

٢٥-مؤتمر تطوير مناهج التربية الدينية الإسلامية - مايو ١٩٩٦

٢٦-ندوة حقوق المؤلف - يونيو ١٩٩٦

٢٧-ندوة صناديق الاستثمار في مصر - الواقع والمستقبل - مارس ١٩٩٧م

٢٨-ندوة التقييم الاقتصادي والاجتماعي للجمعيات الخيرية الأهلية أكتوبر ١٩٩٧م

٢٩-مؤتمر مستحدثات تكنولوجيا التعليم ٢١ أكتوبر ١٩٩٧م

٣٠-المؤتمر الدولي حول التاريخ الاقتصادي للمسلمين مارس ١٩٩٨م

٣١-المؤتمر الدولي: "العلوم الاجتماعية ودورها في مكافحة جرائم العنف والتطرف في المجتمعات الإسلامية" ٢٨-٣٠ يونيو ١٩٩٨م.

٣٢-ندوة التطبيق المعاصر للزكاة ١٤-١٦ ديسمبر ١٩٩٨م.

٣٣-المؤتمر : "تطبيق معايير المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية" ١٤، ١٥ ابريل ١٩٩٩م.

٣٤-المؤتمر الدولي حول: "اقتصاديات الدول الإسلامية في ظل العولمة" ٣-٥ مايو ١٩٩٩م.

٣٥-ندوة: "الفقر والفقراء في العالم الإسلامي" ١٧ أكتوبر ١٩٩٩م

٣٦-ندوة الفساد الاقتصادى: الواقع المعاصر والعلاج الإسلامي في الفترة من ٢٢-٢٣ مارس ٢٠٠٠م.

٣٧-ندوة القيم الأخلاقية الإسلامية والاقتصادية في الفترة من ١٥-١٦ أبريل ٢٠٠٠م.

٣٨-المؤتمر الدولى حول: اقتصاديات الزراعة في العالم الإسلامي: الواقع - المشكلات - المستقبل في الفترة من ٢٢-٢٥ أبريل ٢٠٠٠م

٣٩-ندوة قانون الإقراض العقارى ودور الخبراء المثمنين والوكلاء العقاريين ٣ يونيو ٢٠٠٠م.

## ثانياً: سلسلة المنتدى الاقتصادي:

١-الأمن والتنمية الاقتصادية - مايو ١٩٩٧م.

٢-الشركات العاملة في مجال الأوراق المالية - يوليو ١٩٩٧م.

٣-أزمة البورصات العالمية في أكتوبر ١٩٩٧م-نوفمبر ١٩٩٧م.

٤-حماية البيئة من التلوث واجب ديني - ٢٦ مايو ١٩٩٨م.
٥-الائتمان والمداينات بين الواقع المعاصر والتنظيم الإسلامي - ١٠ أكتوبر ١٩٩٨م.
٦-المنتدى الاقتصادى حول: "العملة الأوروبية الموحدة (اليورو)" ٢٢مارس ١٩٩٩م

## ثالثاً: سلسلة الدراسات والبحوث:

١-كتاب (الأخلاق في الاقتصاد الإسلامي) للمستشار عبدالحليم الجندي.
٢-كتاب (أسس التنمية الشاملة) للأستاذ أحمد عبد العظيم.
٣-كتاب (الوقف) للدكتورة نعمت عبد اللطيف مشهور.
٤-كتاب (السنن الإلهية في الميدان الاقتصادي) للدكتور يوسف إبراهيم يوسف.
٥-كتاب (الضوابط الشرعية للاقتصاد) للدكتور رفعت العوضى.
٦-كتاب (أعلام الاقتصاد) للدكتور شوقي دنيا.
٧-كتاب (إسهامات الإمام الماوردي في النظام المالي الإسلامي) للدكتور شوقي عبده الساهي.
٨- تراث المسلمين العلمي في الاقتصاد (المساهمة العربية العقلانية) للدكتور رفعت السيد العوضى.
٩- التكافل الاجتماعى في الإسلام - للدكتور ربيع الروبى.
١٠- مجلد معايير المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية
١١- القيم الإسلامية ودورها في ترشيد السلوك الاستهلاكى - للدكتور/ يوسف إبراهيم يوسف.
١٢- البنوك المركزية ودورها في الرقابة على البنوك الإسلامية - للأستاذ/ أحمد جابر بدران.

١٣- منهج الدفاع عن الحديث النبوى - للأستاذ الدكتور/ أحمد عمر هاشم.

١٤- توظيف امكانات العالم الإسلامي في ضوء القانون الدولي الاقتصادي المعاصر - للدكتور/ خليل سامى على مهدى.

١٥- الشفاعة في ضوء الكتاب والسنة - للأستاذ الدكتور/ أحمد عمر هاشم.

١٦- طريق النهضة للعالم الإسلامي المعاصر - للأستاذ/ فؤاد مصطفى محمود.

١٧- الحوار الاقتصادى - وقائع حوار بين مجموعة من علماء الاقتصاد حول: هل يوجد اقتصاد إسلامى

١٨- مناقشة كتاب نحو فقه جديد للاستاذ جمال البنا

١٩- الاقتصاد الإسلامى - دراسة منهجية - للأستاذ الدكتور شوقى دنيا

## رابعاً: سلسلة محاضرات كبار العلماء:

١-محاضرة الأستاذ الدكتور عبد الغنى الغاوثى أستاذ الاقتصاد الإسلامي بألمانيا أكتوبر ١٩٩٠م.

٢-محاضرة فضيلة الأستاذ الدكتور/ أحمد عمر هاشم - رئيس جامعة الأزهر - التوجيهات النبوية الشريفة - مارس ١٩٩٧م

٣-محاضرة سعادة الشيخ/ صالح عبد الله كامل - الاقتصاد الإسلامي - مايو ١٩٩٧م.

٤-محاضرة فضيلة الإمام الأكبر/ محمد سيد طنطاوى شيخ الأزهر - المنهج الإسلامي في بناء المجتمع.

٥-أسس ومعالم الاقتصاد الإسلامي - للدكتور أحمد عمر هاشم.

٦-محاضرة معالى الأستاذ الدكتور/ محمد عبده يمانى - وزير الإعلام السعودى الأسبق - مستقبل التعليم في العالم الإسلامي.

٧- التعددية الحزبية في الفكر الإسلامي - للأستاذ الدكتور صوفي أبوطالب.

## خامساً: الحلقات النقاشية:

١-القوانين الاقتصادية الجديدة من منظور إسلامي ديسمبر ١٩٩٢م.

٢-مناقشة (الإسلام كبديل) للسفير الألماني مراد هوفمان نوفمبر ١٩٩٣م.

٣-حلقة نقاشية حول كتاب (كارثة الفائدة-لفرايهوفون بيتمان) يوليو ١٩٩٤م.

٤-حلقة نقاشية حول كتاب (الإسلام بين الشرق والغرب) للرئيس على عزت بيجوفيتش - أكتوبر ١٩٩٤م.

٥-قضايا ومسائل البحث في الاقتصاد الإسلامي - مارس ١٩٩٧م.

٦-القيمة الاقتصادية للزمن من منظور إسلامي - مايو ١٩٩٧م.

٧-تفسير الخلاف في فقه الزكاة نوفمبر ١٩٩٧م.

٨-التفسير الاقتصادي للبيوع المنهي عنها شرعاً - أبريل ١٩٩٨م.

٩-أثر التضخم على الحقوق والالتزامات من منظور إسلامي مايو ١٩٩٨م.

١٠-الشروط الجزائية وغرامات التأخير - يوليو ١٩٩٨م.

١١-التأجير التمويلى من منظور إسلامي - سبتمبر ١٩٩٨م.

١٢-عدد اثنين حوار علمى بين علماء الاقتصاد الوضعى وعلماء الاقتصاد الإسلامي حول : هل يوجد اقتصاد إسلامي؟ مارس - سبتمبر ١٩٩٨م

١٣-الصرافة وتحويل العملات بين الواقع المعاصر والتشريع الإسلامي - أكتوبر ١٩٩٨م.

١٤-بطاقات الائتمان من منظور إسلامى - نوفمبر ١٩٩٨م.

١٥-مناقشة كتابين للأستاذ/ جمال البنا وهما: "نحو فقه جديد، السنة ودورها في الفقه الجديد" - فبراير ١٩٩٩م.

١٦-مدى الحاجة إلى معايير محاسبية خاصة بالبنوك الإسلامية - مارس ١٩٩٩م.

١٧-التوبة من المال الحرام - سبتمبر / أكتوبر ١٩٩٩٨

١٨-الصرف الأجنبي وتبادل العملات. - نوفمبر / ديسمبر ١٩٩٩م

١٩-حلقة نقاشية حول: "القواعد الشرعية وتطبيقاتها على المعاملات المالية"، ٦ ، ٢٠ نوفمبر و ٤ ديسمبر ١٩٩٩م.

٢٠-التجارة الالكترونية من منظور إسلامي في الفترة من ١٩، ٢٠٠٠/٢/٢٦م

٢١-الرهن العقارى في الفترة من ١١، ٢٠٠٠/٣/٢٥م

٢٢-الـ B.O.T في الفترة من ١٣ مايو ٢٠٠٠م، ٢٠ من مايو ٢٠٠٠م.

## سادساً: الحلقات الدراسية:

١-الصحافة الاقتصادية - سبتمبر ١٩٩٧م.

٢-الفقه للاقتصاديين - نوفمبر ١٩٩٧م.

٣-الاقتصاد للفقهاء - ديسمبر ١٩٩٧م.

٤- التحليل المالى للمحررين الاقتصاديين - يوليو ١٩٩٨م.

٥-الاستثمار في الأوراق المالية - يوليو ١٩٩٨م.

٦-فقه مهنة الطب.

٧-دورة دعاة وعاظ الدول الإسلامية ١٤ فبراير - ٣١ مارس ١٩٩٩م.

٨-دورة دعاة وعاظ الدول الإسلامية ٢٦ سبتمبر - ١٣ أكتوبر ١٩٩٩م.

٩-دورة تدريبية عن: "إدارة الزكاة" بالتعاون مع البنك الإسلامي للتنمية بجدة في الفترة من ٢٧-٣٠ نوفمبر ١٩٩٩م.

١٠-دورة دعاة وعاظ الدول الإسلامية ٦ -١٢ فبراير ٢٠٠٠م

١١-دورة التأمينات والمعاشات

١٢-دورة وعاظ الأزهر الشريف حول القضايا الاقتصادية من منظور إسلامي في الفترة من ١ يوليو حتى ١٢ يوليو ٢٠٠٠م، ومن ١٥ يوليو حتى ٢٧ يوليو ٢٠٠٠م.

## سابعاً: المجلة العلمية:

١-مجلة الدراسات التجارية الإسلامية - صدر منها (٧) أعداد من ١٩٨٤م حتى يوليو ١٩٨٥م.

٢-مجلة المعاملات المالية الإسلامية صدر منها (٦) أعداد من رمضان ١٤١٢هـ إلى ذى الحجة ١٤١٣هـ.

٣-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر صدر منها (٣) ثلاث أعداد ١٩٩٧م.

٤-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر العدد الرابع - ١٩٩٨م.

٥-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر العدد الخامس - أغسطس ١٩٩٨م.

٦-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر العدد السادس - ديسمبر ١٩٩٨م.

٧-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر العدد السابع - أبريل ١٩٩٩م.

٨-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر العدد الثامن - أغسطس ١٩٩٩م.

٩-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر العدد التاسع - ديسمبر ١٩٩٩م

١٠-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر العدد العاشر - أبريل ٢٠٠٠م

١١-مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي جامعة الأزهر العدد الحادى عشر - أغسطس ٢٠٠٠م.

# المحتويات

طبع بمطبعة

مركز صالح كامل - للاقتصاد الإسلامي

جامعة الأزهر بمدينة نصر

☎: ٢٦١٠٣٠٨

رقم الإيداع: ٩٩/٦٧٨١

